

Regionala sysselsättningseffekter av nytt socialt företagsinträde

*Habib Kachlami, Per Davidsson, Martin Obschonka,
Darush Yazdanfar och Anders Lundström*



Regionala sysselsättningseffekter av nytt socialt företagsinträde

Habib Kachlami, Per Davidsson, Martin Obschonka, Darush Yazdanfar och Anders Lundström

Denna studie är den första empiriska undersökningen av sysselsättningseffekter av nystartade sociala företag på regional nivå. Habib Kachlami och Darush Yazdanfar vid CER, tillsammans med tre andra forskare, utgår från en etablerad modell för sysselsättningseffekter av nystartade företag över lång tid och gör en jämförelse mellan sysselsättningseffekter för sociala och kommersiella aktörer. Studiens resultat visar att nettosysselsättningseffekten av nya sociala företag följer ett vågmönster över studietiden. Resultaten indikerar också att denna effekt är större än för kommersiella företag. Studien bidrar till en mer nyanserad teoretisk förståelse för sysselsättningseffekter av olika typer av nystartade företag och öppnar upp ett nytt spår inom forskning avseende socialt entreprenörskap, vilket kan bli underlag för utformningen av sysselsättningspolitiken. Forskningsresultaten har tidigare publicerats i den internationella tidskriftsartikeln "The regional employment effects of new social firm entry" (Kachlami, Davidsson, Obschonka, Yazdanfar och Lundström, 2021).

Inledning

Vem skapar jobb? Det råder bred enighet om att unga småföretag är viktiga för sysselsättning och tillväxt.¹ Detta har väckt ett forskningsintresse för nystartade *sociala* företag och deras ekonomiska effekter. Ambitionen är att nå ytterligare insikter om förutsättningarna för de ekonomiska effekterna av nystartade sociala företag, och dessutom skapa underlag för en effektiv sysselsättningspolitik som kan bli grunden för att stödja nystartade sociala företag.

Den befintliga forskningen fokuserar främst på nystartade *kommersiella* företag när det gäller sysselsättning. Däremot är forskningen om sysselsättningseffekterna av nystartade *sociala* företag alltför begränsad. Begreppet sociala företag omfattar organisationer av olika ålder och storlek som fokuserar på sociala engagemang som sträcker sig från altruistiska till miljömässiga. Den gemensamma grunden är utformad kring ett socialt uppdrag, och de ekonomiska målen betraktas som sekundära angelägenheter.² Även de kommersiella företagen kan ha sociala målsättningar, men de är då en förutsättning för huvudsakliga kommersiella uppdrag.

Den här redovisade studien är den första empiriska studien av nystartade sociala företags sysselsättningsdynamik på regional nivå. En jämförelse mellan nystartade sociala och kommersiella företag när det gäller effekterna på sysselsättning över tid ingår också i studien. Forskningsfrågan är: "Hur bidrar nya sociala företag till regional

¹ Haltiwanger et al. (2013).

² Austin et al. (2012); Peredo och McLean (2006).

sysselsättning över tid, och finns det någon skillnad jämfört med nya kommersiella företag?"

Forskning om sysselsättningseffekter av socialt företagande är viktig av tre skäl. För det första ger en direkt jämförelse av sysselsättningseffekter av socialt och kommersiellt inträde över lång tid en mer detaljerad bild av sysselsättningseffekter av nystartade företag. Detta kan ge upphov till nya tolkningar av, och nya idéer om, väletablerade tidsmässiga mönster av sysselsättningseffekter av nystartade företag i allmänhet. Detta ger en insikt i randvillkor och är en grund för teoretisk utveckling inom denna annars empiriskt inriktade forskningsdomän. Till exempel bidrar undersökningen till att klargöra huruvida sysselsättningseffekterna av nya sociala företag är förenliga med teoretiseringen om sysselsättningseffekter av nya företag i allmänhet.

För det andra kan insikter från studien utgöra underlag för beslutsfattande. Sociala företag utgör en växande sektor i många länder och har en betydande roll i välfärdspolitiken runt om i världen, inklusive sysselsättningspolitiken.³ Inte minst kommer sociala företag sannolikt att vara viktiga för sysselsättning i marginaliserade grupper, exempelvis personer med funktionsnedsättning och långtidsarbetslösa.

För det tredje, genom att fokusera på sociala företags sysselsättningseffekter lyfts även deras ekonomiska värde, och inte bara deras sociala betydelse, fram. Detta kan inspirera till ny utveckling inom social entreprenörskapsforskning och undersöka andra aspekter av sociala företags ekonomiska värdeskapande.

Med tanke på att det inte finns någon etablerad teoretisk ram för det specifika fallet med sysselsättningseffekter av nya sociala företag, var utgångspunkten den allmänna litteraturen om jobbskapande och dess fokus på kommersiella nya företag. I denna litteratur har Fritsch och Muellers modell⁴ av direkta och indirekta effekter över tid blivit en ledande och inflytelserik metod för att förstå sysselsättningseffekter av nya företag.⁵ En viktig insikt från deras banbrytande studier var att sysselsättningseffekten av nya företag följer ett vågmönster över tid med antingen positivt eller negativt nettoresultat, beroende på en kombination av både direkta och indirekta effekter.⁶ Denna modell blev en konceptuell utgångspunkt för undersökningen, utöver befintlig kunskap om särskiljande egenskaper hos sociala företag, jämfört med kommersiella företag.⁷

³ Dees (2007).

⁴ Fritsch och Mueller (2004; 2008).

⁵ Acs och Mueller (2008); Andersson och Noseleit (2011).

⁶ Fritsch och Mueller (2004).

⁷ Austen et al. (2012).

Syfte, data och tillvägagångssätt

I stället för att formulera specifika hypoteser rörande effekterna av socialt företagande på sysselsättningsnivån tillämpades alltså en generell modell som normalt används för att förklara sysselsättningseffekter för kommersiella företag. Sysselsättningseffekter av nystartade sociala företag kan också studeras med utgångspunkt från olika perspektiv, exempelvis genom att jämföra olika länder eller tidsperioder. Baserat på tidigare forskning och i linje med att de flesta sociala företag agerar lokalt, analyserar denna studie sysselsättningseffekter av nystartade sociala företag på regional nivå.

De data som används kommer från Statistiska Centralbyråns (SCBs) databas och avser 290 kommuner över hela Sverige mellan åren 1990 och 2014. Datamaterialet aggregeras till nivån för lokala arbetsmarknader. Enligt SCB definieras lokala arbetsmarknader utifrån pendlingsgraden mellan grannkommuner. Varje arbetsmarknad består därmed av en kärnkommun och de kringliggande kommuner som har sin högsta pendlingsgrad kopplat till den kommunen. Eftersom pendlingsmönstren förändras uppdateras klassificeringen med jämna mellanrum. Det fanns 71 lokala arbetsmarknader i Sverige under 2014. I analyserna exkluderas fyra små arbetsmarknader som inte fanns under hela analysperioden. Analyserna bygger alltså på 67 arbetsmarknader som representerar den stora majoriteten av Sveriges befolkning, ekonomi och landmassa. Vissa data saknas på grund av administrativ-territoriella reformer under analysperioden och saknas gör även vissa värden för särskilda variabler. Totalt ingår 1 273 regionårsobservationer i databasen.

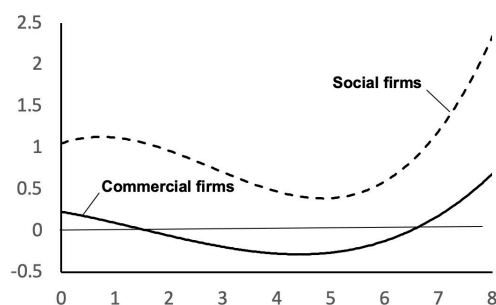
Resultat

Att undersöka nystartade sociala företags sysselsättningseffekter på arbetsmarknaden över tid kräver en modell med fördröjningsvariabler som har ett samband mellan den aktuella sysselsättningsförändringen och uppstartstakten, under innevarande år och flera år tillbaka i tiden. Av det skälet tillämpades polynomfördröjningstekniken.⁸ Den så kallade Almon-polynom-fördröjningsproceduren approximerar eftersläpningsstrukturen med en polynomfunktion för att minska effekterna av multikollinearitet.⁹

Figur 1 ger en grafisk bild av de empiriska resultaten. Resultaten visar ett vågmönster med ökande effekt på kort sikt fram till tidpunkten t^1 , minskande effekt på medellång sikt från tidpunkten t^2 till tidpunkten t^5 och därefter en ökande effekt på lång sikt från tidpunkten t^6 till tidpunkten t^8 . Över alla tidshorisonter är den uppskattade effekten av ett socialt företagsinträde positiv och överlag starkare än för kommersiella företag. Följaktligen är ett huvudresultat att den regionala nettosysselsättningseffekten för nya sociala företag är positiv och av betydande omfattning.

⁸ Almon (1965).

⁹ Greene (2008).



Figur 1: Polynom Almon-lagstruktur för inverkan av både nya kommersiella och sociala företag på regional sysselsättning. Observera att tredje ordningens polynomfördröjning tillämpas för nya kommersiella företag.

Slutdiskussion

Det ramverk som primärt utvecklades för att analysera sysselsättningseffekterna av nystartade kommersiella företag¹⁰ användes här för att testa sysselsättningseffekterna av att starta sociala företag. Sammantaget tyder resultaten på att sysselsättningseffekten för nystartade sociala företag över tid följer ett liknande vågmönster som för kommersiella företag. Detta indikerar att samma direkta och indirekta effekter som tidigare diskuterats i kommersiella sammanhang¹¹ kan vara relevanta med avseende på sociala företags sysselsättningseffekter. Denna likhet kan tillskrivas att intäktstrukturen och konkurrensbeteendet hos sociala företag inte skiljer sig så markant från kommersiella företag som man ibland kan få uppfattningen av. Studiens resultat tyder också på att över alla tidshorisoner som täcks in så överstiger nettosysselsättningseffekten per social deltagare den för kommersiella deltagare. Dessutom blir den bara kortvarigt, om någonsin, negativ.

När det gäller den direkta effekten – sysselsättningen som skapas av deltagarna själva – finns det ett huvudskäl att förvänta sig att den är mindre än för kommersiella företag (i motsats till studiens faktiska resultat). Detta då sociala aktörer kan försöka undvika att anställa avlönade personer i den utsträckning det är möjligt, för att i stället förlita sig på frivillig arbetskraft.

Det finns emellertid tre skäl som tyder på att den direkta sysselsättningseffekten för sociala aktörer faktiskt kan vara större än för kommersiella aktörer. För det första verkar de i en mindre konkurrensutsatt och mindre vinstorienterad miljö, vilket kan uppmuntra till att anställa och behålla anställda på ett antal sammanhängande sätt. Det förbättrar deras utsikter att överleva och ökar deras direkta sysselsättningseffekt över tid.¹² Den högre legitimiteten hos ideella, sociala, företag kan till och med hindra

¹⁰ Fritsch och Mueller (2004).

¹¹ Fritsch och Mueller (2004).

¹² Harrison och Laincz (2008); Lakdawalla och Philipson (2006).

kommersiella företag från att aggressivt konkurrera mot dem, på grund av rädslan för att skada sin egen image i offentlighetens ljus.¹³ Vidare, även om de sannolikt kommer att verka under ibland allvarliga kostnadsbegränsningar, är de konkurrensdrivna begränsningarna mot ökad arbetsproduktivitet inte lika uttalade som i den kommersiella sektorn. Dessutom kan företag med ett socialt uppdrag, som sagt, vara mindre benägna att minska sysselsättningen vid de första tecknen på uppsägning. Denna tendens skulle vara ännu mer uttalad om sysselsättning (t.ex. för medlemmar av marginaliserade grupper) vore en del av det sociala uppdraget.

För det andra adresserar många sociala företag omätliga sociala behov och grundas av individer med ett starkt uppdrag att lindra lidande. Detta skapar en drivkraft för tillväxt som inte är allestädes närvarande i nystartade kommersiella företag. I ett visserligen begränsat urval av grundare med en "missionär" identitet visade det sig att alla hade anställt icke-grundare, vilket inte var fallet med de andra grundarkategorierna i studien.¹⁴ Utan att överensstämja med vinstmaximeringen i grundläggande mikroekonomisk teori, saknar ett stort antal grundare av nya kommersiella företag motsvarande anledning att expandera sina verksamheter. I stället kan de låta verksamheten plana ut så snart företaget erbjuder sina grundare tillräcklig inkomst-ersättning.

För det tredje har sociala aktörer konkurrensfördelar som underlättar överlevnad och tillväxt. De åtnjuter kostnadsfördelar på grund av (partiell) skattebefrielse och att en del av personalen är frivilligarbetare.¹⁵ Detta gör det möjligt att erbjuda produkter och tjänster till lägre priser, vilket i sin tur gör tillväxt mer uppnåelig. Dessutom drar vissa sociala företag nytta av konkurrensfördelarna med att skaffa sig legitimitet och statlig finansiering på grund av den trovärdighet som följer av deras status som socialt motiverade verksamheter.¹⁶ Det är värt att notera att endast det första av de tre skälen till en större direkt sysselsättningseffekt för sociala företag bygger på ett antagande om relativ ekonomisk ineffektivitet från dessa företags sida.

Delvis av samma anledningar kan sociala aktörer ha en svagare undanträngningseffekt, vilket kan förklara varför nettosysselsättningseffekten tenderar att förbli positiv över olika tidshorisonter. För det första kan karaktären av sociala företags uppdrag och marknader göra dem mindre benägna att tränga ut varandra. I linje med detta argument avslöjade en empirisk studie jämförelsevis höga överlevnadssiffror för ideella sociala företag¹⁷, medan liknande studier av kommersiella företag rapporterade lägre överlevnadsgrad.¹⁸

¹³ Bosma et al. (2011).

¹⁴ Fauchart och Gruber (2011).

¹⁵ Lakdawalla och Philipson (2006).

¹⁶ Bosma et al. (2011).

¹⁷ Harrison och Laincz (2008).

¹⁸ Dunne et al. (1988); Lakdawalla och Philipson (2006).

För det andra kan lägre produktivitetsnivåer hos sociala aktörer också leda till mindre inverkan på förflyttning av etablerade företag. Två typer av exit kan inträffa på grund av nya företags inträde: dels utträde av nystartade företag, dels utträde av etablerade företag. Sociala företag verkar ofta på "marknader" som är långt ifrån mättade av sociala behov och därför mer benägna att överleva konkurrensen från nya företag som tar sig an samma uppdrag. Det resulterar i en lägre undanträngningseffekt jämfört med effekten av företags inträde på etablerade kommersiella marknader.

För det tredje inträffar vissa fall av inträde på grund av att en företagare (eller en egenföretagare) väljer att lägga ner ett företag för att öppna ett annat samma år, eller är en metodartefakt som uppstår från förändring av juridisk form, geografisk flytt eller industriell omklassificering av en pågående verksamhet. Det leder till registrering av ett falskt inträde och ett motsvarande falskt utträde. Den längre genomsnittliga överlevnaden som rapporterats ovan ger anledning att tro att sådana fall är vanligare bland kommersiella än bland sociala företag. Grundare drivna av vinst kan snabbt flytta från en typ av verksamhet till en annan när den första visar sig vara ekonomiskt mindre lovande än väntat, medan uppdragsdrivna grundare är mer benägna att göra vad de kan för att fortsätta att ta itu med den specifika sociala frågan som motiverade dem att starta verksamheten. Vidare har kommersiella företag fler juridiska former att välja mellan och utvecklas genom (såsom enskild firma, handelsbolag och aktiebolag). Det leder till större sannolikhet för metodens artefaktversion av självförskjutning.

Dessa mekanismer kan förklara skillnaden i omedelbar (första året) förskjutning i figur 1. Trots att sociala företag i stor utsträckning förlitar sig på frivilliga, börjar den sociala företagskurvan på en högre nivå och ökar under det första året, medan kurvan för kommersiella företag pekar nedåt från början. Medan ovanstående antyder att sociala företag är mindre mottagliga för förskjutning än kommersiella företag, tyder det empiriska mönstret på en viss förskjutning på medellång sikt, vilket är i linje med de ursprungliga resonemangen.¹⁹

Mindre konkurrenstryck och högre överlevnadsgrad skulle ha motsatt effekt på sysselsättningskapande via utbudseffekten. Detta beror på att konkurrenstrycket från inträde som driver ökad produktivitet, och därigenom skapar en sund grund för långsiktig lönsam tillväxt, skulle vara mindre viktigt för sociala företag än för deras kommersiella motsvarigheter. Det är svårt att bedöma om den andra delen av utbudseffekten – ytterligare inträde som utlösts av de ursprungliga aktörerna – skulle påverka sociala företag annorlunda. Sammantaget kommer den högre netto-sysselsättningseffekten per företag som tillskrivs sociala företag sannolikt från högre direkt sysselsättning och mindre förflyttning. Det verkar finnas mindre anledning att anta att en starkare, långsiktig effekt på utbudssidan ligger bakom det observerade mönstret.

¹⁹ Fritsch och Mueller (2004; 2008).

Referenser

- Acs, Z. J. och Mueller, P. (2008), "Employment effects of business dynamics: Mice, Gazelles and Elephants". *Small Business Economics*, Vol. 30, Nr. 1, s. 85-100.
- Almon, S. (1965), "The distributed lag between capital appropriations and expenditures". *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, Vol. 33, Nr. 1, s. 178-196.
- Andersson, M. och Noseleit, F. (2011), "Start-ups and employment dynamics within and across sectors". *Small Business Economics*, Vol. 36, Nr. 4, s. 461-483.
- Austin, J., Stevenson, H. och Wei-Skillern, J. (2012), "Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?". *RAUSP-Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, Vol. 47, Nr. 3, s. 370-384.
- Bosma, N., Stam, E. och Schutjens, V. (2011), "Creative destruction and regional productivity growth: Evidence from the Dutch manufacturing and services industries". *Small Business Economics*, Vol. 36, Nr. 4, s. 401-418.
- Dees, J. G. (2007), "Taking social entrepreneurship seriously". *Society*, Vol. 44, Nr. 3, s. 24-31.
- Dunne, T., Roberts, M. J. och Samuelson, L. (1988), "Patterns of entry and exit in U.S. manufacturing". *RAND Journal of Economics*, Vol. 19, s. 495-515.
- Fauchart, E. och Gruber, M. (2011), "Darwinians, communitarians, and missionaries: The role of founder identity in entrepreneurship". *Academy of Management Journal*, Vol. 54, Nr. 5, s. 935-957.
- Fritsch, M. och Mueller, P. (2004), "Effects of new business formation on regional development over time". *Regional Studies*, Vol. 38, Nr. 8, s. 961-975.
- Fritsch, M. och Mueller, P. (2008), "The effect of new business formation on regional development over time: The case of Germany". *Small Business Economics*, Vol. 30, Nr. 1, s. 15-29.
- Greene, W. H. (2008), *Econometric Analysis*, 6th ed. New Jersey: Pearson.
- Haltiwanger, J., Jarmin, R. S. och Miranda, J. (2013), "Who creates jobs? Small versus large versus young". *Review of Economics and Statistics*, Vol. 95, Nr. 2, s. 347-361.
- Harrison, T. D. och Laincz, C. A. (2008), "Entry and exit in the nonprofit sector". *The B.E. Journal of Economic Analysis and Policy*, Vol. 8, Nr. 1, s. 1-41.
- Kachlami, H., Davidsson, P., Obschonka, M., Yazdanfar, D. och Lundström, A. (2021). "The regional employment effects of new social firm entry". *Small Business Economics*, Vol. 57, Nr. 3, s. 1221-1241.
- Lakdawalla, D. och Philipson, T. (2006), "The nonprofit sector and industry performance". *Journal of Public Economics*, Vol. 90, Nr. 8, s. 1681-1698.
- Peredo, A. M. och McLean, M. (2006), "Social entrepreneurship: A critical review of the concept". *Journal of world business*, Vol. 41, Nr. 1, s.56-65.