

RATIO

# RESPEKT FÖR FÖRETAGANDE

Entreprenörskapets etik, villkor  
och samhällsroll



Nils Karlson

# RATIO

Box 3203, 103 64 Stockholm. Telefon: 08-441 59 00.

Ratio är ett fristående forskningsinstitut som forskar om hur företagandets villkor kan utvecklas och förbättras.

Mer information finns på [www.ratio.se](http://www.ratio.se)

Denna skrift ingår i Ratios förstudie om företagandets villkor.

## Respekt för företagande Entreprenörskapets etik, villkor och samhällsroll

Nils Karlson

**RATIO**

© Nils Karlson och Ratio 2015

Omslag: Magnus Fredriksen, [www.glafisk.se](http://www.glafisk.se)

Layout: Vitt Grafiska AB, [www.vittgrafiska.se](http://www.vittgrafiska.se)

ISBN: 978-91-983025-0-9

## Innehåll

Förord.....	3
Respekt för företagande.....	4
Företagandets värld.....	7
Entreprenörskapets etik.....	10
Vitsen med vinsten.....	15
När CSR blir fel.....	18
Dygder som kompetens.....	21
Entreprenörskapets samhällsroll.....	24
Noter.....	26

## Förord



Efter mer än 40 år som entreprenör och företagsledare förundras jag fortfarande över den brist på förståelse som kommer till uttryck i den allmänna debatten vad gäller entreprenörernas betydelse för samhällsutvecklingen. Alltför många tar företagandet för givet och bekymrar sig föga över den fria skapandeprocess som utgör själva grunden för framgångsrikt företagande.

I näringslivsdebatten framförs ofta krav med syfte att kringgärda företagaren med bördor och restriktioner, som snarare lägger band på, än stimulerar företagarnas utvecklingskraft.

Företagande bidrar, precis som visas i denna skrift, på en rad olika sätt till ett gott samhälle och till mänsklig blomstring. Att göra vinst är både etisk hedervärt och nödvändigt. Företagande förtjänar i högsta grad omvärldens respekt.

Det är nödvändigt att denna insikt sprids så att företagande villkor kan förbättras och utvecklas.

Stockholm i november 2015

Jens Spendrup  
Hedersordförande i Ratio –  
Näringslivets forskningsinstitut

## Respekt för företagande



Sveriges välstånd och långsiktiga välfärd är i hög grad beroende av villkoren för att starta, driva och expandera företag. Dessvärre finns tecken på att villkoren, åtminstone i relation till viktiga konkurrentländer, har försämrats under senare år.<sup>1</sup>

Ett skäl till detta kan vara en bristande respekt för företagande. Entreprenörer och företagare ses mer som medel, än som mål i sig. Det brister i förståelse för företaget värld.<sup>2</sup> Denna brist på respekt tar sig många uttryck, exempelvis när det gäller synen på vinster och skatter förknippat med entreprenörskap. Men också när det gäller att visa uppskattning för företagares insatser och deras arbete.

Denna korta skrift är ett försök att bidra till att råda bot på denna brist. Budskapet är att de allra flesta företagare förtjänar respekt inte bara därför att de bidrar till tillväxt, välfärd, innovationer och sysselsättning genom att skapa jobb i växande och lönsamma företag, utan även för sina arbetsinsatser, sitt mod, risktagande, uthållighet, ärlighet, samarbetsförmåga och andra avgörande dygder och färdigheter. Entreprenörskap har en etisk dimension som bidrar till ett gott samhälle och mänsklig blomstring, något som ofta underskattas eller helt missas. Företagandet skapar socialt kapital som kommer alla tillgodo.

Framgångsrika företag utmärks av en företagsetik som sätter fokus på entreprenörers skapande av vinst och tillväxt. Denna etik kännetecknas av ett antal entreprenördygder som betonar vikten av inlärdas karaktärsdrag som mod, uthållighet, rättvisa,

driftighet, omtanke, framtidstro och förmågan att fatta väl avvägda beslut, liksom strävan att åstadkomma gott. Detta är också en etik som utgår från företagets långsiktiga behov och som inte är externt påbjuden, som de idag dominerande CSR- och intressentmodellerna. Det är en etik som bidrar till mänsklig blomstring. Entreprenördygder av detta slag kan dessutom ses som centrala kompetenser i dagens samhälle. Det är företagande som förtjänar omvärldens respekt.

Detta är några av de resultaten i aktuell forskning inom projektet *Företagande och mänsklig blomstring*, finansierat av Axel och Margret Ax:son Johnsons stiftelse, som tidigare publicerats i forskarantologin *Virtues in Entrepreneurship*. I tio empiriska och teoretiska bidrag från forskare runt om i världen diskuteras där vad som krävs i form av arbetsinsats och omdöme, liksom andra färdigheter och förmågor för att långsiktigt lyckas som entreprenör, men också hur entreprenörskap bidrar till ett gott samhälle.

I de följande avsnitten kommer hänvisningar att göras till de olika forskarnas bidrag, men även referenser till annan forskning förekommer. Redaktörer för *Virtues in Entrepreneurship*, utgiven av Ratio 2015, är Nils Karlson, Mikolaj Norek och Karl Wennberg, samtliga forskare knutna till Ratio. En särskild introduktion är skriven av Deirdre McCloskey, Distinguished Professor of Economics, History, English, and Communication at the University of Illinois at Chicago. Övriga medverkande är Stephen Hicks, Professor, Center of Ethics and Entrepreneurship, Department of Philosophy, Rockford University, USA; Eugene Heath, Professor, State University of New York at New Paltz, USA; Elina Fergin, forskningsassistent, Ratio, idag doktorand; Lynette Osiemo, doktorand, University of the Witwatersrand, Sydafrika; Robert M. Gemmill, Associate Professor, Georgia State University, Atlanta, USA; David

Lipka, Associate Professor, International Center for Economic, Research, Prag, Tjeckien; Rasmus Nykvist, forskningsassistent, Ratio; samt Art Carden, Associate Professor, Samford University, USA.

För de tolkningar av de olika bidragen som här görs och för texten i övrigt svarar dock undertecknad själv.

Nils Karlson, VD Ratio, docent

## Företagandets värld



Vad utmärker då den värld som företagande bedrivs i? För företagaren eller entreprenören själv är det förstås en värld av dagligt hårt arbete – produktion, kundbesök, verksamhetsutveckling, personalmöten, ekonomisk redovisning och uppgiftslämnande till olika myndigheter. Men vilka är de mer övergripande villkoren för företagande i en marknadsekonomi?

Den kanske mest grundläggande definitionen av en marknadsekonomi är frivilliga byten inom ramen för ett system av privat äganderätt. Det är den privata äganderättens avtalsfrihet, användarfrihet och rätt till säkerhet – med ömsesidig respekt för andras motsvarande rättigheter – som utgör de grundläggande villkoren för att starta, driva och expandera företag.<sup>3</sup> Utan denna näringsfrihet, upprätthållen av en stark rättsstat, inga företag och heller inga fria kund- eller konsumentval.

Själva företaget består av en uppsättning kontraktsrelationer, med medarbetare, ägare, finansärer, leverantörer och kunder. Var och en av dessa relationer måste vårdas och utvecklas – i annat fall riskeras företagets positiva utveckling och långsiktiga överlevnad.

Från den privata äganderättens friheter följer sedan det vi vanligen förknippar med marknader: konkurrens, vinster, förluster, konkurser, fri prissättning, entreprenörskap, innovationer, tillväxt, jobbskapande och välstånd.

Det är en värld där det ständigt fattas mängder av beslut, stora som små. Konsumenter väljer att köpa vissa varor och tjänster

framför andra; producenter väljer att använda vissa insatsvaror och leverantörer snarare än andra; dessa i sin tur agerar på motsvarande sätt; och likadant är det för alla andra marknadsaktörer.

Ur detta myller av miljontals små och stora dagliga beslut växer marknadsekonomin förmåga att skapa tillväxt och välstånd fram. Via prissystemet förmedla information om tillgång och efterfrågan, med ömsesidig anpassning som följd. De företag som har attraktiva erbjudanden gör vinster och kan expandera och anställa, medan de som gör förluster till slut gör konkurs och läggs ned. Välståndet uppstår indirekt som en konsekvens av denna konkurrens på olika marknader. Utan centrala direktiv, styrning eller planering.

Det var detta Adam Smith, nationalekonom och moralfilosof, på 1700-talet kallade marknadsekonomin *osynliga hand*.<sup>4</sup> Trots att marknadens aktörer primärt har egna och personliga motiv för sitt handlande, skapas det välstånd och de innovationer som kommer hela samhället till del. Det är detta marknadens kritiker inte tycks förstå. Art Carden utvecklar utförligt detta resonemang i sitt bidrag till antologin *Virtues in Entrepreneurship*.

Denna värld är ingen idyll. De flesta företag som startas överlever inte.<sup>5</sup> Många existerande företag slås också ut: affärsidéerna är undermåliga; de lyckas inte attrahera kunder eller tillväxtkapital; företagsledningen saknar kompetens eller kan inte hitta rätt kompetens att anställa; ny teknik förändrar produktionsvillkoren och skapar nya, mer effektiva konkurrenter.<sup>6</sup> Nya företag och affärsidéer konkurrerar ut existerande verksamheter och kunderbjudanden, som tappar kunder. Anställda, leverantörer och andra resurser får söka sig vidare där efterfrågan finns. Ägarna förlorar sitt kapital.<sup>7</sup>

Konkurrensen driver fram en ständig ström av nya sätt att lösa kända och hittills okända behov. Värdet av entreprenörers fria skapandeprocess testas ständigt av kunders och konsumenters efterfråga. Det är vad tillväxt och innovation innebär. Även Karl Marx insåg att marknadsekonomin skapade en oöverträffad utvecklingskraft. En av dagens ledande ekonomer, William Baumol, menar att den fria marknadsekonomin fungerar just som en innovationsmaskin.<sup>8</sup>

Att starta, driva och expandera företag innebär således att leva med en ständig osäkerhet om vad framtiden bär med sig, hur konkurrens, priser, vinster och förluster ska utvecklas. Förutsatt att marknadsekonomin äganderätt och näringsfrihet upprätthålls.

Det är en värld där relationer måste vårdas och nya utvecklas, för att ömsesidigt fördelaktiga byten ska komma tillstånd.

## Entreprenörskapets etik



Vad krävs då för att långsiktigt lyckas som entreprenör i denna värld av genuin osäkerhet och konkurrens?

Det svar som föreslås i forskarantologin *Virtues in Entrepreneurship* är ett antal entreprenörsdygder som betonar vikten av inlärd karaktärsdrag som mod, uthållighet, rättvisa, driftighet, omtanke, framtidstro och förmågan att fatta väl avvägd beslut, liksom strävan att åstadkomma gott.

Det betyder förstås inte att alla företag eller företagare följer en sådan etik. Eller att de som gör det ibland, alltid gör det. Men – och det är en huvudtes i denna skrift – beteende i linje med en dygdetik av detta slag leder till framgångsrikt företagande och är överlägset det gängse CSR-perspektivets syn på företagande som en i botten motstridig kraft till samhällsutveckling.<sup>9</sup>

Dygdetik handlar om moraliskt eftertraktansvärda personliga karaktärsdrag, omsatta i praktisk handling. På företagsnivå är detta en fråga om kultur, på individnivå om vem du är som person. I bägge fallen är emellertid det viktiga att i praktisk handling utveckla goda vanor och ett etiskt förhållningssätt som förtjänar omvärldens respekt. Med denna respekt följer även värdighet.<sup>10</sup>

Forskning om dygder har fått något av en renässans under senare år. Ursprungligen går dygdetiken tillbaka till antiken. Aristoteles och andra tänkare utvecklade ett system med fyra s.k. kardinaldygder: *mod, måttfullhet, rättvisa och praktisk klokskap* (engelskans ”prudence”). Dessa kom senare att kompletteras

med de judisk-kristna dygderna tro, hopp och kärlek. En grundtanke i denna dygdetik är att ett liv i enlighet med dygder som dessa – vilka tillsammans bör betraktas som en helhet – leder till mänsklig blomstring, en ständig utveckling som människa.

När det gäller företagares dygder och värdighet är det ledande namnet Deirdre McCloskey som skrivit flera böcker om *bourgeois virtues*, där hon bl. a. argumenterar för att den viktigaste orsaken till den industriella revolutionen inte var nya teknologier eller institutioner, utan snarare det faktum att för första gången i världshistorien betraktades företagare och entreprenör med respekt. De fick denna respekt och värdighet tack vare att tillämpa de sju klassiska och judisk-kristna dygderna i ett kommersiellt samhälle. Enligt McCloskey är samtliga dessa dygder viktiga för företagare. Kärlek, hopp och tro är lika viktigt som praktisk klokskap, rättvisa, måttfullhet och mod. Det mer snävt kommersiella, sparsamheten och drivet behöver kompletteras med omtanke, framtidstro och empati.<sup>11</sup>

Dessa dygders värde kan idag ses hos entreprenörer som genom sitt företagande ser världen inte som den är utan som den skulle kunna vara, en vision om något nytt, en förändring, något bättre. Det är inte genom förmaningar eller regleringar som haven kan renas, de fattiga resa sig ur armod och människan tar sig till andra planeter. Det är genom att bejaka och acceptera entreprenörers och innovatörers fria skapande och tro på en bättre och annorlunda värld, och låta dem prova sina vingar att skapa något nytt.

Om vi endast uppskattar företagare för utfallet av deras affärsverksamhet ignorerar vi de mänskliga och sociala aspekter varvid företagande hjälper till att bygga ett bättre samhälle. Vi missar också att se de tusentals misslyckade företagsförsök

och de många företagare som lever på knappa medel under kritiska skeden av företagsbyggandet. Experimentlusta med risk för misslyckande är intimt förknippade med entreprenörskap, och en instrumentell syn på företagare som ”någon som skapar jobb, skatteintäkter, och innovationer” bortser därför helt från att visa respekt för företagares drivkrafter, risktagande och vidare samhällsroll.<sup>12</sup>

En annan forskare, som intresserat sig för sambandet mellan dygder och företagande är William Galston. Han skiljer på ”två kategorier av dygder: dels de som krävs av entreprenörer och anställda, dels de som krävs av den liberala ekonomin som helhet. Entreprenörens specifika dygder är, enligt honom, *fantasiförmåga, initiativförmåga, driftighet och bestämmdhet*. De anställdas specifika dygder är punktlighet, pålitlighet, vilja att arbeta inom etablerade ramar och mål. För ekonomin som helhet... tre avgörande dygder: arbetsamhet, förmåga att med omdöme skjuta på behovstillfredsställelsen och till sist flexibilitet.”<sup>13</sup>

I *Virtues in Entrepreneurship* argumenterar Stephen Hicks för att typiska entreprenörsdrag som driftighet, uthållighet, risktagande och förmåga att åstadkomma ömsesidigt gynnsamma byten motsvaras av moraliska dygder som praktisk klokskap, integritet, mod och rättvisa.

Denna bild bekräftas av tre empiriska bidrag i antologin. Karl Wennberg och Mikolaj Norek konstaterar, efter flera djupintervjuer med ett antal framgångsrika svenska serieföretagare verksamma i olika branscher, att dessa ställda inför hypotetiska beslutssituationer uppvisar ett utpräglat dygdetiskt förhållningssätt. Tydligast framkommer dygder av typerna praktisk klokskap och kärlek, tolkat som att framgångsrika entreprenörer både behöver vara rationella och empatiska. För dessa en-

treprenörer framstår handling i enlighet med etiskt grundade, personliga karaktärsdrag som en effektiv beslutsmetod.

Antologiförfattaren Robert Gemmel har intervjuat 32 amerikanska entreprenörer i olika teknologibranscher. Valet att bli företagare visar sig i första hand vara ett val som syftar till självförverkligande och ett gott liv. Den metod de använt för att lyckas som företagare baseras dessutom, enligt Gemmel, i huvudsak på kritisk reflektion över gjorda erfarenheter och beslut, snarare än på rationellt kalkylerande. Detta är ett mönster vi ska återkomma till. En viktig motivation för dessa entreprenörer är även att göra gott. Hans slutsats är att företagande och entreprenörskap i grunden handlar om vem man vill vara och vad man vill åstadkomma som människa, ett livslångt projekt av pragmatiskt, karaktärsdanande lärande.

Slutligen har Rasmus Nykvist studerat LM Ericssons framväxt under de första avgörande åren kring det förra sekelskiftet. Han har gått igenom dagböcker, korrespondens och annat arkivmaterial där Lars Magnus Ericsson och hans maka Hildas tankar och överväganden kring olika beslut i företagets expansion framkommer. Slutsatsen är, i likhet med Wennberg, Norek och Gemmel, att det i det initiala företagsskapandet i hög utsträckning är personliga karaktärsdrag och ett dygdetiskt förhållningssätt som skapat den företagskultur som senare gjort Ericsson till ett framgångsrikt globalt företag.

Företagandets etik är således en etik som baseras på den enskilde företagarens förmåga att genom kritisk reflektion över det egna handlandet utveckla personliga karaktärsdrag och vanor, som mod, uthållighet, rättvisa, driftighet, omtanke, framtidstro och förmåga att fatta väl avvägda beslut, liksom strävan att åstadkomma gott. Eftersom alla individer och företag är olika kom-



mer dessa dygder att ges olika tolkning, men gemensamt är att de är vanor som vårdar och utvecklar relationer, ömsesidigt fördelaktiga byten, och som leder till ekonomisk framgång. Det är en etik som bidrar till mänsklig blomstring.

## Vitsen med vinsten



Enligt den entreprenörsetik som här skisserats är det både hedervärt och nödvändigt att göra vinst. Ju högre vinst, desto bättre, eftersom det visar att företaget i jämförelse med sina konkurrenter bedrivs effektivt och producerar det kunderna efterfrågar. Utmärkande för alla framgångsrika företag är starkt kundfokus, vilket i sin tur förutsätter starkt engagerade medarbetare och goda leverantörsrelationer.

Det är emellertid en vanföreställning att företagare endast drivs av en profithunger och vilja att maximera vinsten på andras bekostnad. En stor vetenskaplig litteratur har gett vid handen att vinstmotivet oftast kommer långt ned på listan över huvudsakliga motiv till företagsbyggande bland entreprenörer.<sup>14</sup> Men utan möjlighet till vinst är marknadsekonomi och entreprenörskap inte möjligt.

Vinsten fungerar som ett signalsystem, som på motsvarande sätt som prissystemet förmedlar information om tillgång och efterfrågan. Vinstrika företag kan enklare attrahera kapital, medarbetare och andra knappa resurser jämfört med sina konkurrenter. Affärsidéer som generar stora vinster imiteras och kommer att kopieras av nya och gamla konkurrenter. Därför består vinsterna endast så länge företaget fortsätter att vara innovativt och fokuserat på kundnytta. Utan vinst överlever inget företag i längden på riktiga marknader.

Svenska storföretag har länge visat en enastående förmåga att göra just detta. Utan uthålligt stora vinster som attraherat nytt

kapital och möjliggjort investeringar i utveckling och kompetens hade dessa för Sverige, svensk export och svensk välfärd helt avgörande verksamheter slagits ut i den globala konkurrensen. Uthålligheten hos familjeföretag som generation efter generation sett till den långsiktiga utvecklingen är också bevis på företagandets förmåga att både generera och hushålla med vinster för nödvändiga investeringar och utvecklingskraft.<sup>15</sup>

Samma sak gäller allt företagande. Även i de omdiskuterade välfärds- och omsorgssektorerna. Vill man tillvarata marknads-ekonomins innovationsförmåga, ständiga driv att effektivisera och incitamenten att skala upp framgångsrika koncept och verksamheter är vinster – även stora sådana – helt nödvändiga. Inskränkningar i näringsfriheten i detta eller andra avseenden blockeras marknads-ekonomins koordinations- och innovationsförmåga. Dessvärre är det ofta precis detta som har skett – brist på näringsfrihet är det kanske mest utmärkande kännetecknet för dessa kvasi-marknader, med förväntade konsekvenser som följd.

På motsvarande sätt blir det ur detta perspektiv närmast surrealistiskt att beskatta vinster från riskfyllt nyföretagande på samma sätt eller hårdare än etablerade företag eller t.o.m. balanserade finansiella portföljplaceringar. När så sker innebär det att just de nya företag som kan förväntas ha störst betydelse för Sveriges framtid välstånd och välfärd – de som gör rejäla vinster – motarbetas.<sup>16</sup>

Stephen Hicks och Eugene Heath argumenterar bägge i *Virtues in Entrepreneurship* för att vinstmotivet utgör grunden för etiskt företagande. Att sträva efter vinst utgör kärnan i framgångsrikt företagande och för att lyckas med detta är det nödvändigt för entreprenörer utveckla och följa en etik av det slag som skisserats i det föregående avsnittet.

Enligt Hicks och Heath är ömsesidigt fördelaktiga byten det utmärkande för alla marknadsransaktioner. Vinster är ett resultat av att vara framgångsrik i detta avseende, de sker inte på någon annans bekostnad, och följaktligen är dygder som bidrar till sådan framgång viktiga för entreprenörers etik.

## När CSR blir fel



Vad innebär då detta för företagets samhällsansvar? Entreprenörskapets dygdetik är något annat än den sorts företagsetik som ofta går under beteckningen *Corporate Social Responsibility* (CSR) och som handlar företagets moraliska ansvarstagande i förhållande till externa intressenter och olika sociala och miljömässiga samhällsaspekter, utöver vad lagar och regler föreskriver.

Självklart har företag ett etiskt ansvar. Det finns en rad olika situationer där frivilliga marknadstransaktioner riskerar att orsaka dels det som kallas negativa externa effekter för tredje part eller allmänheten i stort, exempelvis miljöförstöring, dels exploatering av och oskäliga villkor för uppenbart svaga, icke autonoma parter, exempelvis barnarbete. Strävan att åstadkomma gott som betonats i tidigare avsnitt åligger naturligtvis entreprenörer och företagare, precis som alla andra, även i dessa hänseenden.

Men det finns flera viktiga skillnader mellan entreprenörskapets etik, som den tolkas här, och CSR. Dygdetiken är individbaserad och syftar i första hand till affärsutveckling och vinst, samt i förlängningen mänsklig blomstring. Centralt är att vårda och utveckla företagets relationer med medarbetare, ägare, finansärer, leverantörer och kunder.

CSR betonar snarare hela organisationers ansvar och är i första hand externt motiverad. Den är, om man ska ta den på allvar, oförenlig med vinstmotivet.

Företagets etiska ansvar påstås handla om att integrera sociala och miljömässiga aspekter i företagets kärnverksamhet, vad gäl-

ler exempelvis avfallshantering, energikonsumtion, biologisk mångfald, mänskliga rättigheter, jämställdhet och mångfald. Ett etiskt företagande är enligt detta synsätt, förenklat uttryckt, ett företagande som inte i första hand leder till vinster utan som maximerar, eller balanserar, andra, externa mål.<sup>17</sup>

Förvisso kan det i många fall vara affärs- och därmed vinstmotiverat att integrera flera aspekter av detta slag i ett företags verksamhet, inte minst eftersom kunder och konsumenterna oftare väger in dem i sina köpbeslut. Då utgör den en integrerad del av affären. Men är CSR-perspektivet verkligen en rimlig måttstock på ett företags etik?

Återigen diskuterar Stephen Hicks och Eugene Heath detta utförligt i sina respektive bidrag i *Virtues in Entrepreneurship*. Deras slutsats är att entreprenörskapets dygdetik är att föredra av flera skäl. För det första utgår dygdetiken från enskilda individers och entreprenörers eget handlande och moraliska ansvar, inte från ett mer diffust företagsansvar. För det andra utgår, som redan utvecklats ovan, denna etik från det som faktiskt utmärker företagande inom ramen för en marknadsekonomi, nämligen strävan efter och nödvändigheten att göra vinst. Förnekas denna utgångspunkt har den påstådda etiken inte med entreprenörskap att göra, enligt Hicks och Heath. För det tredje, och det kan även sägas vara en av Deirdre McCloskeys huvudpåänger, riskerar CSR att blockera de positiva externa effekter som marknadsekonomin leder till i form av bl.a. välbefinnande och innovationer, d.v.s. marknadens osynliga hand.

Tilläggs kan att CSR även riskerar att leda till att politikens roll förminskas när det gäller att utveckla äganderättsvillkor, lagar och regler så att potentiellt negativa externa effekter och eventuella etiska oskäliga villkor internaliseras i företagens

beslutfattande och vinstkalkyler. Särskilt utvecklade äganderättsvillkor på områden som karakteriseras av ”allmänningens tragedi” kan bidra till att verkligt marknadsdriven hållbar utveckling komma tillstånd.<sup>18</sup> Politiken har sin roll, företaget sin i ett gott samhälle.

## Dygder som kompetens



Den sorts dygder och den syn på etiskt ansvarstagande som utvecklas i *Virtues in Entrepreneurship* kan, enligt mitt eget och Elina Fergins gemensamma bidrag, också ses som centrala kompetenser i dagens samhälle.<sup>19</sup> Även Lynette Osiemo är inne på dessa tankar i sitt kapitel.

Under de senaste åren har diskussionen om bristen på kompetens kommit allt högre upp på dagordningen. Trots att mycket stora resurser, oavsett regering, lagts på att bygga ut utbildningssystemen på alla nivåer, råder brist på kompetensbrist, alldeles oavsett konjunkturläge.

Men vad är egentligen kompetens? Dessvärre råder ingen tydlig konsensus om vad kompetens är, men klart är att det handlar om en förvärvad förmåga att på ett tillfredställande sätt kunna utföra specifika arbetsuppgifter i konkreta situationer. Olika kunskaper, färdigheter och förmågor behövs. Det räcker inte med teoretisk utbildning, utan det krävs även praktisk erfarenhet och kritisk reflektion över gjorda erfarenheter för att bli kompetent i de flesta sammanhang.

Det innebär att kompetens förutsätter en balans mellan vetenskaplig kunskap, praktisk kunskap och, vad vi valt att kalla, *omdömeskunskap*. Denna kunskapsform har en etisk dimension och behövs för att kunna fatta moraliskt välgrundade beslut i givna omständigheter, och för att kunna lösa många av de problem vi ställs inför i vardagen och i arbetslivet.

Var och en av dessa kunskapsformer förutsätter i sin tur olika former av lärande. Avgörande för de två senare är praktisk erfarenhet i konkreta situationer – ibland kallat *situerat lärande* – och kritisk reflektion över det egna handlandet. Dessa kunskapsformer är dessutom ofta tysta, i den meningen att de kan vara svåra att uttrycka i ord eller siffror; de uttrycks främst i handling. Även inom EU-systemet har detta uppmärksammats, där man utvecklat en särskild EQF-skala (European Qualification Framework) som bedömer kompetens på ett likartat sätt.<sup>20</sup>

Sannolikt har vi i Sverige, men kanske även i många andra EU- och OECD-länder, fått en överbetoning av den teoretiska, vetenskapligt baserade kunskapen, medan den praktiska har fått stå tillbaka. I tabellen nedan sammanfattas analysen av olika kunskapsstyper och lärandeformer.

Tabell 1. Kunskapsstyper och lärandeformer

Kunskapsform	Vetenskaplig kunskap	Praktisk kunskap	Omdömeskunskap
Typ av kunskap	Bevisbar och generaliserbar, teori och empiri, påstående-kunskap	Tekniska färdigheter, hantverkskunskaper, yrkeskunskaper, färdighetskunskap, delvis tyst kunskap	Praktisk klokskap, gott omdöme, dygder, bildning, strävan efter att det goda, delvis tyst kunskap
Lärandeform	Teoretisk, formell utbildning	Praktik, situerat lärande, handledning, reflektion över erfarenheter	Praktisk erfarenhet, situerat lärande, kritisk reflektion över det egna handlandet ur moralisk synvinkel

Det är viktigt att konstatera att samtliga kunskaps- och lärandeformer är betydelsefulla för att utveckla kompetens, att ha förmåga att på ett tillfredsställande sätt utföra specifika arbetsuppgifter i konkreta situationer. Lärande och kompetensutveckling behöver ses som en integrerad process där teoretiska och vetenskapliga sanningar kombineras med praktik, handledning och kritisk reflektion över gjorda erfarenheter, även utifrån ett etiskt perspektiv, och även utanför den traditionella utbildningsmiljön. Inte minst i form av arbetsplatsförlagt lärande.

Slutsatsen är också att den tredje kategorin, omdömeskunskap, i hög grad överensstämmer med den dygdetik som enligt tidigare avsnitt utmärker framgångsrikt företagande: inlärda karaktärsdrag som mod, uthållighet, rättvisa, driftighet, omtanke, framtidstro och förmågan att fatta väl avvägda beslut, liksom strävan att åstadkomma gott.

Kanske är det i detta avseende som dagens kompetensbrist är som störst. Många arbetsgivare menar idag att många arbetsökande förutom praktisk skicklighet saknar personliga egenskaper som uthållighet, förmåga till ansvarstagande och även vanligt hyfs och vett<sup>21</sup>, d.v.s. kompetenser som handlar om brist på omdömeskunskap.

Mycket talar, som framgått ovan, för att entreprenörskap och framgångsrika företagskulturer bidrar till framväxten denna form av kunskaper och kompetenser, såväl hos företagare som själva som hos medarbetare och samarbetspartners. Det innebär att företaget skapar socialt kapital som kommer alla tillgodo.

## Entreprenörskapets samhällsroll



Enligt det perspektiv som utvecklas i *Virtues in Entrepreneurship* utgör entreprenörskap inte bara ett medel, utan ett mål i sig. Företagare förtjänar respekt inte bara därför att de bidrar till välfärd, innovationer och sysselsättning, utan även för sitt fria skapande och mod, sina arbetsinsatser, dygder och färdigheter. De bidrar till ett gott samhälle och mänsklig blomstring. Företagare har en central samhällsroll som förtjänar väsentligt större respekt.

Om vi endast uppskattar företagare för utfallet av deras affärsverksamhet ignorerar vi de mänskliga och sociala aspekter varvid företagande hjälper till att bygga ett bättre samhälle. Vi missar också att se de tusentals misslyckade företagsförsök och de många företagare som lever på knappa medel under kritiska skeden av företagsbyggandet.

Att starta, driva och expandera företag innebär att leva med en ständig osäkerhet om vad framtiden bär med sig, hur konkurrens, priser, vinster och förluster ska utvecklas. Det är en värld där relationer måste vårdas och nya utvecklas, för att ömsesidigt fördelaktiga byten ska komma tillstånd. Att lyckas innebär ofta ett livslångt projekt av pragmatiskt, karaktärsdanande lärande.

Enligt den entreprenörsetik som här presenterats är det både hedervärt och nödvändigt att göra vinst. Entreprenördygder som betonar vikten av inlärd karaktärsdrag som mod, uthållighet, rättvisa, driftighet, omtanke, framtidstro och förmågan att fatta väl avvägd beslut, liksom strävan att åstadkomma gott,

kan dessutom ses som centrala kompetenser i dagens samhälle. Företagandet skapar socialt kapital som kommer alla tillgodo. David Lipka hävdar i sitt bidrag att detta är något som även den nationalekonomiska forskningen framöver behöver ta till sig.

Det betyder, som nämnts, inte att alla företag eller företagare följer en sådan etik. Men mycket talar för att en dygdetik av detta slag leder till framgångsrikt företagande och är överlägset det gängse CSR-perspektivets syn på etiskt företagande.

Utifrån detta perspektiv är politikens viktigaste uppgift att tillse att marknadsekonomins äganderätt och näringsfrihet upprätthålls och utvecklas, inom ramen för en stark rättsstat. Det är de villkor som behövs för att entreprenörskapets samhällsroll ska förverkligas. Inte att begränsa densamma genom vinstförbud, entreprenörsskatter eller centrala direktiv. Lika viktigt är att visa uppskattning för företagares samhällsinsatser. De förtjänar vår respekt.

## Noter

<sup>1</sup> Se exempelvis Karlson, N. Larsson, A.-S. & Blom, K. (2015). ”Företagandets villkor i internationell belysning. En jämförelse av nio internationella index”. Rapport. Ratio. Se även Dagens Industri 2015-11-09.

<sup>2</sup> Inte minst bland våra politiker, se Nyström, K. (2011). ”Entrepreneurial Policymakers”, Ratio Working Paper No. 167. Ratio.

<sup>3</sup> För en utförlig analys av äganderättens grunder och konsekvenser, se Berggren, N. & Karlson, N. red (2005). Äganderättens konsekvenser och grunder. Ratio.

<sup>4</sup> Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Tillgänglig via <http://www.gutenberg.org/files/3300/3300-h/3300-h.htm>

<sup>5</sup> Se Wennberg, K. (2009). *Entrepreneurial exit*. Handelshögskolan i Stockholm, Centrum för Entreprenörskap och Affärsutveckling.

<sup>6</sup> Även skatter, lagar, regler som underminerar marknadsprocessen kan driva företag i konkurs.

<sup>7</sup> Understrykas ska ett denna värld inte är neoklassiska nationalekonomers förenklade modellvärld med antagande om perfekt information, utan just den empiriska verklighet som riktigt företagande bedrivs i.

<sup>8</sup> Baumol, W. (2004). *The Free-Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism*. Princeton: Princeton University Press.

<sup>9</sup> Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.

<sup>10</sup> Karlson, N. (2004). ”Vad bör staten göra? En fråga om värdighet”, i red. *Skatter & värdighet* (2004). Karlson, N., Johansson, D. & Johnsson, R. Stockholm: Ratio.

<sup>11</sup> McCloskey, D. (2006), *The Bourgeois Virtues – Ethics for An Age of Commerce*. London: University of Chicago Press.

<sup>12</sup> Wennberg, K., Pathak, S., & Autio, E. (2013). ”How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship”. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10): 756-780.

<sup>13</sup> Galston, W. A. (1988), ”Liberal Virtues”, *American Political Science Review*, 82(4), 1277-1290, enligt den tolkning av Galstons synsätt som görs på s. 80 i Aronsson, P., Aspers, P., Beckman, L., Erixon, F., Michelletti, M., Möller, G., Strömberg, K. & Uddhammar, E. (2000): *Dygder som drivkraft och föredöme*, Stockholm: City University Press.

<sup>14</sup> Se t.ex. nationalekonomiska studier som Benz, M. (2009). ”Entrepreneurship as a non-profit-seeking activity”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(1): 23-44, eller generaliserbara företagsekonomiska studier som Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). ”The career reasons of nascent entrepreneurs”. *Journal of Business Venturing*, 18(1): 13-39.

<sup>15</sup> Wennberg, K., Hellerstedt, K., Wiklund, J., & Nordqvist, M. (2011). ”Implications of Intra-family and External Ownership Transfer of Family Firms: Short-term and Long-term Performance Differences”. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(4): 352–372.

<sup>16</sup> Tron på att upphandling utförd av offentliga monopol, som ett sätt att driva fram innovationer och tillväxt, visar på samma brist på förståelse för vad det är som skapar innovationer på verkliga marknader, nämligen den konkurrens bland både säljare och köpare som uppstår som en konsekvens av näringsfrihet och privat äganderätt. Utan konkurrens även bland köparna, inga nydanande innovationer.

<sup>17</sup> Se t.ex. Margolis, J. D., Elfenbein, H. A., & Walsh, J. P. (2007). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. *Ann Arbor*, 1001: 48109-41234 för en meta-analys om CSR, för en kritik se Banerjee, S. B. 2008. "Corporate social responsibility: The good, the bad and the ugly". *Critical Sociology*, 34(1): 51-79.

<sup>18</sup> Den klassiska refensen är här Coase, R. H. (1960). "Problem of Social Cost". *Journal of Law and Economics*, Vol. 3 (Oct., 1960), pp. 1-44. Även publicerad på svenska Coase, R. H. (1992). *Företaget, marknaden & lagarna*. Stockholm: City University Press. Ratioklassiker. Se även Ostrom, E. (2010). "Polycentric Systems for Coping with Collective Action and Global Environmental Change." *Global Environmental Change*, 20(4): 550-557.

<sup>19</sup> Se även Karlson, N. & Fergin, E. (2013). "Vad är kompetens?". Rapport nr 6. Kompetens för tillväxt. Ratio.

<sup>20</sup> För mer information om denna och Sverige nationella tillämpning, se [www.seqf.se](http://www.seqf.se)

<sup>21</sup> Wennberg, K. Lindberg, H. & Fergin, E. (2013). "Rekrytering och kompetensförsörjning i snabbväxande företag". Rapport nr 2. Projektet Kompetens för tillväxt. Ratio.





Entreprenörers och företagares samhällsroll förtjänar väsentligt större respekt. Det är budskapet i *Respekt för företagande – Entreprenörskapets etik, villkor och samhällsroll.*

Företagandet bidrar inte bara till välfärd, innovationer och sysselsättning, utan även till ett gott samhälle och mänsklig blomstring genom sitt fria skapande och mod, sina arbetsinsatser, dygder och färdigheter. Entreprenörskap inte bara ett medel, utan ett mål i sig.

Därför behöver företagandets villkor utvecklas och förbättras.

Nils Karlson, docent och VD för Ratio



**RATIO**