

Benedicte Brøgger

Sosialt entreprenørskap i Norge

Oslo: Cappelen Damm Akademisk 2017. 177 sider

Daniel Arnesen

Stipendiat, Institutt for samfunnsforskning

daniel.arnesen@samfunnsforskning.no

Sosialt entreprenørskap er et tema som i løpet av de siste femten årene har fått stadig større oppmerksomhet, ikke bare internasjonalt, men også her hjemme i Norge. Dels gjenspeiler det at i en tid hvor det er mye snakk om innovasjon og samfunnsansvar, både i næringslivet og offentlig sektor, har sosiale entreprenører kommet til å representere en mulig katalysator. Sosialt entreprenørskap handler nemlig om å kombinere ideelle, samfunnsnyttige formål med metoder fra kommersielle bedrifter for å utvikle nye løsninger på gamle problemer. Regjeringen har i sin politiske plattform for eksempel gått inn for å bruke sosialt entreprenørskap som et virkemiddel for å rekruttere flere inn i arbeidslivet, og på kommunalt plan har denne formen for næringsvirksomhet begynt å bre om seg innenfor helse- og omsorgsfeltet og i skolesektoren. I privat sektor er det også flere tunge aktører som har kastet seg på sosialt entreprenørskapsbølgen, med investeringsselskapet Ferd som en av de mer kjente.

Også innenfor norsk samfunnsforskning har interessen for sosialt entreprenørskap vært økende, og det har blitt utgitt flere bøker og artikler om temaet. Ett av de nyeste bidragene i denne rekken er boken *Sosialt entreprenørskap i Norge* av Benedicte Brøgger, antropolog og professor ved Handelshøyskolen BI. Her gir hun en innføring i sosialt entreprenørskap og tematiserer sosiale og kulturelle forhold knyttet til denne formen for næringsvirksomhet. Av omslaget fremgår det at boken mer presist «introduserer sentrale begreper innenfor sosialt entreprenørskap, og viser hvilke teorier og miljøer de har sitt utspring i», og «gir innsikt i feltet gjennom praktiske eksempler og bidrar til både oppklaring og tydeliggjøring for de som ønsker å vite mer om hvordan sosialt entreprenørskap virker, hvordan tid og penger investeres, og hvordan offentlige reguleringer kan hjelpe til med å utvikle feltet». Boken henvender seg videre til alle med interesse for bedriftsutvikling og samfunnsutvikling, og med dét både samfunnsvitenskapelige og økonomiske fag.

Ved siden av dette tar forfatteren også mål av seg til å si noe mer overordnet om «hvordan sosiale entreprenører endrer den økonomiske kulturen i Norge». Sosiale entreprenører

befinner seg i en spenning mellom privat, offentlig og frivillig sektor – de driver en virksomhet som verken er fugl eller fisk – og må hele tiden forhandle om posisjon og ressurser i relasjon til de verdier, logikker og normer som råder i disse samfunnsfærene. Samtidig utfordrer sosiale entreprenører også etablerte sannheter som man finner i næringslivet og staten, enten det er at profittmaksimering er eneste hensikt med private bedrifter, eller at velferdstjenester best kan ytes gjennom det offentlige systemet. Det er med andre ord den gjensidige påvirkningen mellom sosiale bedrifter og deres omgivelser som forfatteren tar sikte på å analysere. Det gjør hun fra et kulturelt perspektiv som trekker på litteratur fra antropologi, økonomi, statsvitenskap og entreprenørstudier. Det gir en annerledes og spennende inngang til feltet som bidrar til å skille boken fra andre bidrag om temaet.

Empirisk undersøkes og sammenlignes tre sosiale entreprenørskapsbedrifter: Mikrofinans Norge, som tilbyr mikrokreditt til små foretak og driver inkubatoren Skaperstedet; Salangen Nyheter, en lokal mediebedrift som produserer innhold på internett og i radio og TV; og Aurora Verksted, en designbedrift som tilrettelegger for kunst- og designarbeid for mennesker med ulik grad av yrkeshemming. Alle disse tre er interessante eksempler som er forskjellige nok til å gripe noe av det spennet man finner på det sosiale entreprenørskapsfeltet og, mer konkret, den variasjon som eksisterer mellom ulike typer sosiale bedrifter. Det er imidlertid forretningsmodellene til disse bedriftene som gjøres til gjenstand for sammenligning, og ikke selve organisasjonene. En slik analysestrategi gjør det mulig å belyse strukturen i deres virksomhet, men det fremstår ikke som et egnet utgangspunkt for å undersøke rollen de har som «endringsagenter» – og man blir derfor tidlig noe i tvil om hvorvidt boken vil kunne oppfylle alle sine ambisjoner.

De to første kapitlene beskriver internasjonale utviklingstrekk i tilknytning til den sosiale vendingen i næringslivet og de sosiale bedriftenes plass i Norge. Kapitlene fungerer bra som en inngang til å forstå og plassere sosialt entreprenørskap i en større kontekst. Forfatteren kombinerer her på en god måte teori og forskning som gir leseren oversikt, samtidig som hun også reiser interessante spørsmål om forholdet mellom næringsvirksomhet og samfunn som innbyr til refleksjon. I det tredje kapitlet, der fokuset snevres inn til sosialt entreprenørskap og forretningsmodeller, utdypes også kjennetegnene ved sosiale bedrifter nærmere gjennom en diskusjon av begrepene «sosialt» og «entreprenørskap», hver for seg og i sammenheng. Her pakkes noen av de grunnleggende problemstillingene rundt sosialt entreprenørskap ut, som blant annet hva det egentlig vil si at sosiale bedrifter er hybrider som blander profittsyn og ideelle formål, og hva det er som skiller sosialt og økonomisk entreprenørskap.

Forfatteren introduserer også ulike modeller for teoretisk å plassere sosialt entreprenørskap og forretningsmodellen som slike næringsvirksomheter tar utgangspunkt i. Den mest sentrale modellen er det som kalles «forretningsmodell-lerret» (*business model canvas*). Lerretet er et skjema for å identifisere og sammenfatte verdiforslaget (kundenytten), tilbuds- og etterspørselssiden og inntekts- og kostnadsstrukturen i bedriftene, og som tas aktivt i bruk gjennom de påfølgende kapitlene for å vise de ulike relasjonene bedriftene har til privat, offentlig og frivillig sektor. Dette er et grep som gjør seg godt, fordi det gir en enkel og intuitiv beskrivelse av bedriftenes struktur og tydeliggjør hvordan virksomheten er koblet på ulike aktører og ressurser på de tre samfunnsfeltene. Selv om det med dette skjemaet ikke er mulig å komme inn på «de rike og levende kreftene som virker i disse

bedriftene», bidrar det likevel til at leseren får en mer praktisk forståelse av sosialt entreprenørskap som forretningsmodell.

Over de påfølgende fire kapitlene utdypes de samfunnsmessige rammene rundt sosialt entreprenørskap ved at boken går inn på de sosiale bedriftenes forhold til næringslivet, arbeidslivet, velferdsstaten og organisasjonslivet.

I disse kapitlene trekkes først de lange linjene opp til de økonomiske teoriene til blant andre Smith, Marx og Keynes, i tillegg til at det introduseres ulike andre samfunnsvitenskapelige begreper og perspektiver. Fra forfatterens side er det et uttalt mål å fri seg fra noe mer tradisjonelle perspektiver innenfor entreprenørskapsstudier, og slik sett fungerer dette som en god innramming. Noen av kapitlene fremstår imidlertid i for stor grad som en sammenfatning av disse teoriene uten at koblingen til sosialt entreprenørskap blir gjort tydelig nok, men i stedet ligger mellom linjene. Det brukes i kapittel fem eksempelvis hele fem sider på å oppsummere Marx' arbeidsverditeori, men i den tre sider lange analysen mot slutten av kapitlet nevnes den knapt igjen. Det er først i kapitlets konkluderende avsnitt at tråden tas opp igjen ved at forfatteren påpeker at «de sosiale entreprenørene [...] gir ny aktualitet til gamle forestillinger om at arbeidet og det som skapes, hører sammen».

Gjennom de fire kapitlene beskriver forfatteren også institusjonelle trekk ved de ulike samfunnsfeltene, og tydeliggjør «subjekt- og objektposisjonene» som er særegne for hver av dem. Formålet er «å vise hvor reell betydningen er av de kulturelle forestillingene om legitime former for transaksjoner», og i forlengelse av dette, hvordan de sosiale bedriftene forholder seg til og utfordrer disse. I det fjerde kapitlet, som omhandler næringslivet, ses det for eksempel nærmere på markedet for sosiale entreprenører og forholdet mellom varer, kjøpere og selgere på dette markedet. Et viktig poeng som trekkes frem i dette kapitlet er at selv om sosiale entreprenører oppholder seg i markedssfæren, tar mange av dem også prinsipielt avstand fra markedsaktiviteten. Næringsaktiviteten er et middel for å oppfylle et sosialt formål. Gjennom å ta i bruk et kulturelt perspektiv, evner boken å gripe slike dualiteter og kontraster i de sosiale bedriftene og gjøre dem forståelig for leseren.

Men det lykkes ikke like godt i alle kapitlene: I det syvende kapitlet, om organisasjonslivet, forsvinner den kulturelle analysen i en omstendelig begrepsdiskusjon og sammenfatning av tidligere forskning på området. Denne ujevnheten har dels å gjøre med at forfatteren også forsøker si noe om hvordan forretningsmodellen i sosiale bedrifter er koblet på aktører og ressurser på hvert samfunnsfelt. Som nevnt fungerer dette på mange måter godt, men det er samtidig et grep som fremfor å underbygge analysen går på bekostning av den. Det gjør den både fordi det må introduseres stadig nye begreper slik at leseren kan henge med, og som følge av at empirien ikke egner seg spesielt godt for den analysen som forfatteren ønsker å gjøre. Kapitlet hvor det imidlertid lykkes best, er kapittel seks om velferdsstaten. Her forenes begrepsutredningen, beskrivelsen av feltet og analysen av forretningsmodeller og kulturelle posisjoner på god måte, noe som også resulterer i et godt og balansert kapittel.

I det konkluderende kapitlet med tittel «Den dype endringen i kulturen», gir forfatteren en oppsummerende diskusjon om de sosiale entreprenørenes rolle i det norske samfunnet. Spørsmålet som det vendes tilbake til her, er hvordan de sosiale entreprenørene bidrar til endring i den økonomiske kulturen i Norge. Dette kapitlet bidrar til å heve bokens analyse ved at sentrale poenger fra de foregående kapitlene flettes inn i en bredere

diskusjon om forholdet mellom på den ene siden sosialt entreprenørskap, og på den andre siden næringslivet, arbeidslivet, velferdsstaten og organisasjonslivet. Selve drøftingen reiser viktige og interessante spørsmål, men det er vanskelig å se hvordan bildet som tegnes avslutningsvis av sosiale entreprenører som endringsagenter er forankret i bokens analyser. Hovedårsaken til det er at dette er et empirisk spørsmål som ikke alene kan gripes gjennom en studie av forretningsmodeller, men som fordrer at de sosiale virksomhetene undersøkes som organisasjoner.

Boken oppfyller med andre ord ikke helt det ambisiøse målet om å vise hvordan sosiale entreprenører bidrar til en dypere kulturell endring. Til gjengjeld reiser bokens analyser mange interessante problemstillinger om sosiale entreprenørers sosiale og kulturelle posisjon som vil kunne danne utgangspunkt for videre studier. Den gir dessuten en solid innføring i sentrale begreper og teorier, og ikke minst bidrar den til å gi leseren en god praktisk forståelse av sosialt entreprenørskap som forretningsmodell, og slik sett holder boken det den lover. Den egner seg godt både for studenter, fagfolk og praktikere som ønsker å få bedre og mer håndfast forståelse av hva sosialt entreprenørskap dreier seg om, ideen bak denne formen for næringsvirksomhet og rammene rundt den.