

SOSIALT ENTREPRENØRSKAP I NORGE

BENEDICTE BRØGGER



Innhold

Introduksjon	11
Det første møtet med en sosial entreprenør	12
Den fjerde sektor	14
Det sosiale entreprenørskapet	16
Det sosiale formålet kommer først	18
Hybride virksomheter med lang rekkevidde.....	20
Bakgrunn for boken	21
Hvordan sosialt entreprenørskap endrer økonomisk kultur	22
Leseveiledning – kapitlene i boken.....	24
1. Den sosiale vendingen i næringslivet	27
Tre typer bevegelser	28
Policyanbefalinger og trykk fra internasjonale organisasjoner og pressgrupper	30
Bedrifters samfunnsansvar (CSR)	30
Etisk handel.....	32
Miljøhensyn og trippel bunnlinje.....	32
Sosial rettferdighet.....	34
Menneskerettighetspaktene.....	35
Ny teori og trykk fra universiteter og forskningsprogrammer	36
Nye strategi- og ledelsesverktøy og påvirkning fra handelshøyskoler og konsulentmiljøer	39
Interessentmodeller.....	39
Creating shared value (CSV)	42
Bunnen av pyramiden	45
Oppsummering.....	46
2. De sosiale bedriftenes plass i næringslivet i Norge	48
Næringsliv på norsk	48
Næringsvirksomhet	49
Foretak og markedsrelasjoner	52
Næring og arbeid	55
Bedrifter som juridiske personer	57
Eierstyringstradisjonen og synet på bedrifters rolle	58
Problemet med «the firm»	59

Når slutter en bedrift å eksistere?	61
Foretaksøkonomien.....	62
Oppsummering.....	63
3. Sosialt entreprenørskap og forretningsmodeller.....	65
Sosialt entreprenørskapsbevegelsen.....	66
Det sosiale	69
Ideelle og/eller sosiale formål?.....	70
Samfunnsentreprenørskap og/eller politisk entreprenørskap?.....	70
Misjon og/eller profitt?	71
Lokalsamfunn og/eller stat?.....	73
Entreprenørskap.....	74
Kort historikk om forståelsen av entreprenørskap	74
Entreprenør, investor og bedriftsleder.....	75
Entreprenørskap i Norge.....	75
Produktivt og uproduktivt entreprenørskap	76
Hva skal entreprenøren ha betalt for?	77
Et avant-gardemiljø i Norge.....	78
Sosiale forretningsideer	79
Tre forretningsideer	80
Mikrofinans Norge AS/ Skaperstedet.....	80
Salangen Nyheter AS.....	80
Aurora Verksted SA.....	81
Sosiale forretningsmodeller	81
Verdiforslagsavklaring.....	85
Salangen Nyheter AS.....	87
Aurora Verksted SA.....	87
Fortsettelsen som følger i de 4 neste kapitlene	89
4. Privat sektor – næringslivet	90
Adam Smith og markedsøkonomien.....	91
Markedet.....	93
Markeder for sosiale entreprenører	95
Varer	96
Kjøpere	97
Selgere	97
Betaling.....	98
Brukere er ikke det samme som kjøpere.....	99
De kommersielle forretningsmodellene	100
Salangen Nyheter AS.....	101
Aurora Verksted SA.....	101
Mikrofinans Norge AS/Skaperstedet	102
To vanlige fallgruver	103
Det kulturelle spillet.....	104

5.	Privat sektor – arbeidslivet	105
	Forståelsen av arbeid før og etter Marx	106
	Kapitalen	107
	Arbeidskraftens bruksverdi som grunnlag for profitt	109
	Arbeidsgivere og arbeidstakere.....	112
	Ledere og medarbeidere.....	113
	Det organiserte arbeidslivets to regimer	114
	Lønn og utbytte	115
	Produkter og tjenester.....	117
	Det utvidede arbeidsbegrep	117
	Fabrikkinspektører som gjør noe med saken	119
	Forretningsmodeller	120
	Salangen Nyheter AS.....	120
	Det kulturelle spillet.....	123
6.	Velferdsstaten	124
	Weber og den byråkratiske rasjonalitet	125
	Velferdsøkonomien.....	126
	Hva er sosialhjelp?.....	128
	Velferdsstaten.....	129
	NAV-reformen	131
	Den kommunale sosialhjelpen	132
	Nye tider	134
	Nye tanker om deltagelse, omsorg og verdighet	135
	Omsorg	135
	Forretningsmodeller innenfor velferdsstaten	136
	Salangen Nyheter AS.....	136
	Aurora Verksted SA.....	137
	Det kulturelle spillet.....	139
7.	Organisasjonslivet	140
	Det sivile samfunn	141
	Den offentlige sfære.....	143
	Nabolag, slekt og familie	145
	Den tredje sektor	146
	Frivillig sektor.....	146
	Veldedighet og filantropi	147
	Diakonalt og karitativt arbeid	148
	Sosiale bevegelser og aksjoner.....	148
	Saken.....	149
	Medlemmer	150
	Frivillige	150
	Representanter	151
	Innsatsen/opplevelsen	151

INNHOOLD

Forretningsmodeller	151
Salangen Nyheter AS.....	152
Aurora Verksted SA.....	153
Det kulturelle spillet.....	154
8. Konklusjon – den dype endringen i kulturen	155
Aurora Verksted SA.....	157
Mikrofinans Norge AS/Skaperstedet	158
Endringstider.....	159
De kulturelle motkreftene	161
Kulturelle mønstre reproduseres	163
Rekkeviddeøkonomien	163
Referanser.....	165
Stikkord	173