

Sosiale entreprenørers valg av organisasjonsform

*En kvalitativ studie av faktorer sosiale
entreprenører tar hensyn til ved etablering
og utvikling av sine virksomheter*

Markus Strupstad Mikkelsen
Therese Bull Pettersen



Masteroppgave
Innovasjon og entreprenørskap
30 studiepoeng

Institutt for informatikk
Det matematisk-naturvitenskapelige fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

Mai/2019

Oppgavens tittel:	Sosiale entreprenørers valg av organisasjonsform	Lvert dato: 22.05.2019
Masteroppgavens omfang:	30 Studiepoeng	
Forfatter:	Markus Strupstad Mikkelsen og Therese Bull Pettersen	
Mastergrad:	Master i innovasjon og entreprenørskap	Tall sider u/vedlegg: 81
Veileder(e):	Jill Merethe Loga	Tall sider m/vedlegg: 94
Studieobjekt:	Sosiale virksomheter og andre aktører på feltet	
Metodevalg:	Kvalitativ casestudie	
Stikkord for bibliotek: sosialt entreprenørskap, sosiale virksomheter, sosial entreprenør, organisasjonsform, hybriditet, institusjonell logikk, identitet		

© Markus Strupstad Mikkelsen og Therese Bull Pettersen

2019

Sosiale entreprenørers valg av organisasjonsform – En kvalitativ studie av faktorer sosiale entreprenører tar hensyn til ved etablering og utvikling av sine virksomheter

Markus Strupstad Mikkelsen og Therese Bull Pettersen

<http://www.duo.uio.no/>

Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

I denne oppgaven undersøker vi hvilke faktorer sosiale entreprenører tar hensyn til når de skal etablere og utvikle sine virksomheter. Sosiale entreprenører benytter seg av mange ulike organisasjonsformer, noe som er med på å skape forvirring rundt hvem de er. Valg av organisasjonsform har betydning for blant annet sektortilhørighet, ansvarsforhold og hvordan de synliggjør sitt sosiale formål. Sosiale entreprenører står derfor overfor et vesentlig valg ved etablering og utvikling av sine virksomheter. Hensikten med studien er derfor å skape en forståelse av hvilke faktorer som ligger til grunn for sosiale entreprenørers valg av organisasjonsform. De sosiale virksomhetenes hybriditet ses i lys av institusjonell teori som vektlegger utfordringer knyttet til overskridelser av sektorer som forvalter svært ulike verdier. Studien er utført som en empirisk casestudie bestående av 15 dybdeintervjuer med sosiale virksomheter og andre sentrale aktører på feltet, i byene Bergen, Stavanger og Oslo.

Våre funn tyder på at aksjeselskap er en foretrukket organisasjonsform blant informantene i vår studie. De sosiale virksomhetene vektlegger den problematiske siden ved medlemsbaserte organisasjonsformer, og velger disse bort til fordel for aksjeselskap. Dette står i noe kontrast til tidligere forskning i Norge, som vektlegger demokratisk deltakelse og involvering som vesentlig for norske sosiale virksomheter. Vi finner blant våre informanter og nøkkelinformanter argumenter både for og imot opprettelse av en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter. Blant våre funn er også at mangfold er en faktor som synes å skape et innovasjonspotensial. Avslutningsvis finner vi at de sosiale virksomhetene i denne studien ikke anser hvilken organisasjonsform de har som vesentlig. De har i stor grad valgt organisasjonsformer de antar vil hjelpe dem på veien mot å realisere sitt sosiale formål. Hvordan de mener dette best gjøres og hvilken organisasjonsform de mener egner seg best til dette, avhenger av deres mange identiteter og verdier.

Forord

Denne masteroppgaven avslutter et to år langt masterstudium i innovasjon og entreprenørskap, et samarbeid mellom Høgskulen på Vestlandet (HVL) og Universitetet i Oslo (UiO). Årene vi legger bak oss har vært meget lærerike og studiet har gitt oss gode forutsetninger for å påta oss utfordrende oppgaver i arbeidslivet fremover.

Vi ønsker å takke alle våre informanter og nøkkelinformanter. Velviljen og det store engasjementet vi har møtt hos dere alle har vært motiverende, uten dere hadde ikke denne masteroppgaven sett dagens lys. Vi er svært takknemlige for at dere har prioritert oss i deres travle hverdager.

En stor takk gis til vår veileder Jill Merethe Loga for alle rådene, den tette oppfølgingen og de motiverende samtalene gjennom arbeidet med denne oppgaven. Uten din veiledning hadde det ikke vært særlig sammenheng. Det rettes en takk til Hilde Svrljuga Sætre for verdifulle innspill gjennom prosessen med denne oppgaven. Vi ønsker også å takke alle medstudenter og ansatte ved HVL som har bidratt til å gjøre studietiden lærerik og ikke minst minnerik.

Det rettes også en takk til familie og venner for tålmodighet og forståelse i de stundene hvor all vår tid og oppmerksomhet har vært viet til studiene. Vi gleder oss til å være mentalt og fysisk tilstede i alle situasjoner, uten å tenke på masteroppgaven.

Sist, men ikke minst vil vi takke hverandre for samarbeidet. Vi har hatt lange samtaler, mange engasjerende diskusjoner og trivelige stunder hvor vi har funnet stor støtte i hverandre. Det har vært godt å være to.

Bergen, mai 2019

Markus Strupstad Mikkelsen og Therese Bull Pettersen

Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	1
1.1	Problemstilling	2
1.2	Oppgavens relevans og bidrag til forskningsfeltet.....	2
1.3	Studiens oppbygging	3
2	Teori	4
2.1	Innovasjon og entreprenørskap	4
2.2	Sosialt entreprenørskap, en begrepsavklaring.....	5
2.2.1	Det sosiale, entreprenørielle og kommersielle formålet.....	6
2.2.2	Entreprenørielle egenskaper i sosialt entreprenørskap.....	7
2.2.3	Den sosiale entreprenøren som individ	7
2.2.4	Den sosiale virksomheten som organisasjon.....	7
2.2.5	Velferdsmodellens betydning for fremveksten av sosialt entreprenørskap	9
2.3	Aktuelle organisasjonsformer	12
2.3.1	Organisasjonsformens betydning for sosiale entreprenører	15
2.3.2	Egen organisasjonsform for sosiale virksomheter?.....	16
2.3.3	Sosialt entreprenørskap i form av CSR.....	17
2.4	Institusjonell teori om hybriditet i sosiale virksomheter	18
2.4.1	Hybriditet i organisasjonsidentitet	19
2.4.2	Hybride institusjonelle logikker	20
2.4.3	Hybriditet – katalysator for innovasjon eller mission drift?	20
3	Metode.....	23
3.1	Forskningsdesign og valg av metode	23
3.1.1	Tilnærming	23
3.1.2	Valg av metode.....	24
3.1.3	Eksplorativ casestudie	25
3.2	Datagrunnlag	25
3.2.1	Primærdata	26
3.2.2	Intervju	27
3.2.3	Observasjon.....	28
3.2.4	Sekundærdata	29
3.3	Rekruttering av informanter	34

3.4	Bearbeiding og analyse av data	38
3.5	Vurdering av datamaterialets kvalitet	39
3.5.1	Studiens validitet	39
3.5.2	Studiens reliabilitet.....	41
3.6	Personvern og etiske refleksjoner	41
4	Faktorer som påvirker organisasjonsform.....	43
4.1	Reduksjon av risiko	43
4.2	Ønske om å styrke egen bestemmelsesrett.....	44
4.3	Hvorfor velger virksomhetene ideelt aksjeselskap?.....	46
4.3.1	Ideelle vedtekter for å synliggjøre sitt sosiale formål	47
4.3.2	Ideelle vedtekter for å registrere seg i frivillighetsregisteret.....	50
4.4	Nettverkets påvirkning på valg av organisasjonsform	51
4.5	Misoppfatninger og mangelfull informasjon på feltet.....	52
4.6	For enkelhets skyld velges stiftelse bort	54
4.7	Demokratisk deltakelse og involvering.....	55
4.8	Få samvirker i Norge.....	56
4.9	En egen organisasjonsform for sosiale virksomheter?.....	57
4.10	Oppsummering	60
5	Hybriditet i organisasjonsidentitet	61
5.1	Identiteter blant de sosiale entreprenørene.....	61
5.2	Identitet påvirker valg av organisasjonsform	64
5.3	Oppsummering	65
6	Hybride institusjonelle logikker	67
6.1	I hvilken sektor plasserer virksomhetene seg selv?	67
6.2	Verdier og handlingsmønstre på tvers av sektorer	68
6.3	Hvordan fastsette måloppnåelse?	71
6.4	Oppsummering	72
7	Hybriditet - katalysator for innovasjon eller mission drift?	73
8	Oppsummering og konklusjon	75
8.1	Forslag til videre forskning	80
	Litteraturliste	82
	Vedlegg	86

Figur 1: Oversikt over de ulike organisasjonsformene brukt i Norge.....	14
Figur 2: Våre informanter	26
Figur 3: Veksten i feltet. Antall virksomheter startet opp per tidsperiode (N=138)	30
Figur 4: Prosentvis fordeling av organisasjonsform (N=151).....	30
Figur 5: Andelen sosiale virksomheter fordelt på organisasjonsform.....	31
Figur 6: Illustrasjon av sosiale virksomheters tilknytning til nettverk.....	32
Figur 7: Europeiske land med egne juridiske modeller for sosiale virksomheter	33
Figur 8: Beskrivelse av våre sosiale virksomheter	37
Figur 9: Oppsummert fremstilling av argumenter for og mot de ulike organisasjonsformene	60
Figur 10: Oppsummert fremstilling av karakteristika ved ulike identiteter hos våre informanter	66
Figur 11: Oppsummert fremstilling av logikker og handlingsmønstre våre informanter opplever.....	72

1 Innledning

Norge står i dag overfor store utfordringer knyttet til å opprettholde og videreutvikle velferdsstaten (Nordisk ministerråd, 2014). Den norske velferdsstaten er omfattende og dekker de fleste samfunnsmessige behov, men likevel kan det finnes behov i samfunnet som det offentlige tilbudet ikke dekker, og det er ved slike forbedringspotensialer sosiale entreprenører kan bidra (Departementene, 2018). Sosialt entreprenørskap kan derfor få en sentral betydning innen velferdsproduksjon, og interessen rundt feltet i Norge har som følge av dette vært økende de siste årene.

Sosialt entreprenørskap er et mangfoldig felt som ofte oppstår i skjæringspunktet mellom privat, offentlig og frivillig sektor, når sosiale entreprenører løser presserende utfordringer i samfunnet på nye og innovative måter (Abu-Saifan, 2012, s. 24). Det er knyttet ulike forventinger til verdier og handlingsmønstre hos de tre sektorene, og dette må de sosiale entreprenørene ta hensyn til når de skal etablere og utvikle sine virksomheter. Sosiale virksomheter benytter seg av mange ulike organisasjonsformer, og forskning viser en todeling av feltet, hvor omtrent halvparten av sosiale virksomheter har tilhørighet i privat sektor og den andre halvparten i frivillig sektor (Eimhjellen & Loga, 2016; Kobro, Rønnes, Eggen & Skar, 2017). Valg av organisasjonsform har betydning for blant annet ansvarsforhold, risiko, skatt, krav til innskudd, plikter og sektortilhørighet (Altinn, 2019). De sosiale entreprenørene står derfor overfor et vesentlig valg når beslutning om organisasjonsform skal tas.

Hensikten med denne studien er å belyse hvilke faktorer som har påvirkende kraft når den sosiale entreprenøren står overfor denne beslutningen, og vi vil følgelig forsøke å skape en forståelse av hvorfor disse faktorene vektlegges. Studien har også til hensikt å undersøke om de sosiale virksomhetenes hybride karakter gir utslag i slike påvirkende faktorer. For å undersøke hvilke faktorer som påvirker sosiale entreprenører ved valg av organisasjonsform er studien utformet som en kvalitativ eksplorativ casestudie av sosiale virksomheter og andre sentrale aktører på feltet.

1.1 Problemstilling

Hensikten med denne oppgaven er å bidra til å gi en forståelse av hvilke hensyn som tas når sosiale entreprenører velger organisasjonsform. Organisasjonsform er bestemmende for sektortilhørighet, regulerende juss, muligheter for å ta ut profitt og flere andre forhold. Vår antakelse er dermed at sosiale entreprenører står overfor et avgjørende valg når beslutning om organisasjonsform skal gjøres. Det er følgelig ønskelig å få et klarere bilde av hvilke faktorer ulike sosiale entreprenører påvirkes av og hva de tar hensyn til. Vi ønsker å undersøke nærmere hva slags faktorer som blir vektlagt når sosiale entreprenører etablerer og utvikler sine virksomheter. På bakgrunn av dette er følgende problemstilling utformet:

Hvilke faktorer tar sosiale entreprenører hensyn til når de etablerer og utvikler sin virksomhet?

Problemstillingen vil besvares med utgangspunkt i en empirisk casestudie bestående av ti sosiale virksomheter og fem andre aktører innen feltet sosialt entreprenørskap. For å evne å se et helhetlig bilde av feltet, er det inkludert sosiale virksomheter og andre aktører fra offentlig, privat og frivillig sektor.

Vi har utviklet problemstillingen på bakgrunn av tidligere forskning der flere potensielle faktorer nevnes. Vi forfølger og undersøker hvordan faktorer som nettverk, finansiering, juridisk rammeverk, kunnskap og styresett vektlegges blant sosiale entreprenører.

Institusjonell teori viser at sosiale entreprenører og virksomheter er hybride, både i deres identiteter og i handlingsmønstrene de styres av. Vi undersøker derfor også om de sosiale virksomhetenes hybride identiteter og institusjonelle logikker er med å bidra til valg og utvikling av deres organisasjonsform.

1.2 Oppgavens relevans og bidrag til forskningsfeltet

Sosialt entreprenørskap er et relativt nytt begrep i Norge, og det foreligger derfor begrensede mengder forskning på feltet. Gjennom et internship ved Impact HUB Bergen høsten 2018 fikk vi øynene opp for sosialt entreprenørskap og synes dette var et interessant felt verdt videre

utforsking. Vi leste derfor foreliggende forskningsrapporter som omhandlet feltet i Norge, og fant en idé til vår problemstilling i disse. I to forskningsrapporter er det forsøkt å kartlegge økosystemet rundt sosiale entreprenører i Norge; *Statlige rammevilkår på ramme alvor* (Kobro et al., 2017) og *Utvikling av sosialt entreprenørskap i Norge* (Eimhjellen & Loga, 2016). Disse kartleggingsrapportene går kvantitativt ut for å kartlegge økosystemet som omgir sosiale entreprenører i Norge, mens vi ønsket å ta et kvalitativt steg ned i økologien rundt sosiale virksomheter i Bergen, Stavanger og Oslo. Vår studie er dermed et bidrag til oversiktsbildet dannet av Eimhjellen & Loga (2016) og Kobro et al. (2017).

1.3 Studiens oppbygging

Studien vil videre disponeres som følger: Kapittel 2 omhandler oppgavens teoretiske tilnærming. Kapitlet er delt i fire deler, der første del gir en kort innføring om innovasjon og entreprenørskap. I del to gis det en begrepsavklaring innenfor feltet sosialt entreprenørskap. I del tre ser vi på de organisasjonsformene som er aktuelle for denne oppgaven. I den fjerde og siste delen ser vi sosiale entreprenørers og deres virksomheters hybriditet i lys av institusjonell teori.

Kapittel 3 omhandler forskningsdesign og metode. Kapitlet er delt i seks underkapitler, som har til hensikt å redegjøre for de ulike metodiske valg som er gjort. Vi starter med å beskrive vår tilnærming til forskningsprosessen. Videre beskrives casestudie som forskningsmetode, før vi presenterer våre informanter og nøkkelinformanter som utgjør casestudien. Våre sekundærdata presenteres også her. Videre beskrives vår fremgangsmåte i rekruttering av informanter, og deretter hvordan vi har gått frem for å analysere vårt datamateriale. Avslutningsvis reflekteres det over kvaliteten i datamaterialet og etiske betraktninger.

Kapittel 4, 5, 6 og 7 presenterer den empiriske analysen og fortolkning av datamaterialet. I tråd med oppgavens teoretiske grunnlag velger vi å dele analysen inn i fire separate kapitler. I disse kapitlene presenteres vår empiriske analyse på grunnlag av det innsamlede datamaterialet.

I kapittel 8 presenteres en oppsummering av kapittel 4, 5, 6 og 7, samt en sammenfattende konklusjon som besvarer forskningsspørsmålet. Her presenteres også forslag til videre forskning.

2 Teori

I dette kapittelet vil det først bli gitt en innføring i feltet innovasjon og entreprenørskap. Videre gjøres en avklaring rundt begrepet sosialt entreprenørskap opp mot den historiske utviklingen av sosialt entreprenørskap som fenomen i Norge. Utviklingen i Norge vil bli sett i lys av utviklingen i USA og Europa. Tilslutt gis en innføring i institusjonell teori sentral for denne oppgaven for å kunne tematisere organisasjonsform.

2.1 Innovasjon og entreprenørskap

Innovasjon er ikke et nytt fenomen, og Fagerberg et al. (2005, s. 1) argumenterer for at det er like gammelt som menneskeheten selv. Innovasjonsbegrepet vi bruker i dag stammer i stor grad fra den østeriske økonomen Joseph Schumpeter (1883-1950), som definerer innovasjon som det å utvikle nye kombinasjoner av eksisterende ressurser (Fagerberg et al., 2005, s. 6). Fagerberg et al. poengterer også at det er viktig å skille mellom oppfinnelse og innovasjon, ved å si at en ny idé eller oppfinnelse først blir en innovasjon når den har kommet til praktisk anvendelse. Bak oppfinnelsen, eller idéen, står en oppfinner, en person som Schumpeter kaller for *entreprenøren*. Entreprenørens rolle er å introdusere innovasjoner i økonomien, og er en viktig drivkraft i økonomisk utvikling (Spilling, 2005, s. 14). Entreprenøren karakteriseres ofte som kreativ, risikovillig, hardtarbeidende og visjonær (Min, 1999, s. 80). Spilling (2005, s. 10) poengterer likevel at det er viktig å understreke at entreprenøren ikke behøver å være en person som opererer alene, det kan være flere personer som jobber sammen, og det kan være ikke-personlige aktører i form av selskaper.

Utgangspunktet for å diskutere entreprenørskap i denne oppgaven, er forståelsen av hvordan entreprenørskap inngår som en grunnleggende prosess i utvikling av økonomien, og hvordan denne prosessen både virker formende på, og blir formet av, den konteksten den befinner seg i (Spilling, 2005, s. 3). Entreprenørskap forstås som selve prosessen gjennomført av entreprenøren, og Schumpeter definerte begrepet som «å gjøre nye ting, eller å gjøre ting som allerede er gjort på en ny måte» (Schumpeter, 1947/1995, s. 91 sitert i Spilling, 2005, s. 7). Audretsch (2003, s. 2) forklarer at i entreprenørskapsforskningen brukes begrepet i mange betydninger og det finnes ingen generelt akseptert definisjon av entreprenørskap. Han oppsummerer likevel med å si at det er tankeganger som baserer seg på Schumpeter som er de

mest innflytelsesrike. Det gjøres derfor ofte et poeng av å foreta en begrepsavklaring hvor *entreprenøren* er personen eller aktøren som gjennomfører aktiviteten *entreprenørskap* som resulterer i en *virksomhet* (Spilling, 2005, s. 9). Hva er det så som kjennetegner den *sosiale* *entreprenøren*?

2.2 Sosialt entreprenørskap, en begrepsavklaring

Begrepene *sosialt entreprenørskap* og *sosial entreprenør* har fått en økende oppmerksomhet siden 1990-tallet, både USA og i Europa. I dag favner disse begrepene et vidt spekter av organisasjoner, også enkeltpersoner uten organisasjoner omfattes av dette. Begge begrepene omhandler aktiviteter og virksomheter som kombinerer sosiale formål med kommersielle metoder (Loga, 2016, s. 39). Martin og Osberg (2007, s. 29) mener at den økende interessen rundt begrepene fører til inkludering av ulike aktiviteter som skaper sosial verdi, og kan derfor virke forvirrende og vanskeliggjør å gi en entydig definisjon. Mair & Martí (2006, s. 37) påpeker at det er viktig å skille mellom de begrepsmessige forskjellene mellom definisjonene. På folkemunne skilles det i liten grad i begrepsbruken, men vi ønsker å gjøre en distinksjon i denne oppgaven.

Begrepet *sosial entreprenør* fokuserer i følge Mair & Martí (2006, s. 37) på den individuelle *entreprenøren*s kjennetegn og adferd. Sosiale *entreprenører* har en visjon de vil oppnå, de påtar seg risiko for å få det til, de er kreative og har lederegenskaper. Den *sosiale entreprenøren* fremstår som en kreativ utvikler, en endringsagent og innovatør som bringer inn nye løsninger (Dees, 1998, s. 4). På den andre siden forklarer Mair & Martí (2006, s. 37) at begrepet *sosialt entreprenørskap* legger vekt på prosessen. Det knyttes et innovasjonsaspekt til begrepet *sosialt entreprenørskap*, og dermed også en tidsdimensjon som viser til en fase av nyskaping (Loga, 2016, s. 39). Begrepet *sosial virksomhet* viser til det håndgripelige resultatet av *sosialt entreprenørskap*, altså organisasjonen eller bedriften (Mair & Martí, 2006, s. 37). En kan med andre ord si at en *sosial entreprenør*, det vil si den nyskapende *virksomheten* som er i en *entreprenøriell* fase, vil kunne betegnes som en *sosial virksomhet* når innovasjonen er satt ut i livet og den har stabilisert seg eller blitt veletablert (Loga, 2016, s. 39).

Vi vil i denne oppgaven omtale personen(ene) i organisasjonen som *sosiale entreprenører*, mens selve organisasjonen vil bli omtalt som *sosiale virksomheter*. Selv om det er knyttet et

tidsaspekt til sosialt entreprenørskap, er det likevel utfordrende å si eksakt når en sosial virksomhet endrer karakter og blir til en sosial virksomhet.

2.2.1 Det sosiale, entreprenørielle og kommersielle formålet

Det finnes som nevnt mange ulike definisjoner på sosialt entreprenørskap. Zadek & Take (1997), referert i Austin, Stevenson & Wei-Skillern (2006, s. 2), skriver at i en bred forstand refereres i sosialt entreprenørskap til *innovative aktiviteter med et sosialt formål*. I en smal forstand tenker en på sosialt entreprenørskap som et fenomen hvor en benytter ferdigheter fra det kommersielle inn i frivillig sektor. Sosialt entreprenørskap handler med andre ord om å finne nye løsninger på sosiale problemer og anvende metoder fra forretningslivet for å løse disse (Loga et al., 2016, s. 11). Det er imidlertid det sosiale formålet som motiverer sosiale entreprenører, fremfor ønsket om å produsere profitt, og det er dette som skiller dem fra kommersielle entreprenører. Austin, Stevenson & Wei-Skillern (2006, s. 3) påpeker også at forskjellen mellom sosialt og kommersielt entreprenørskap ikke er to ulike grener av entreprenørskap, men mer nøyaktig en skala som rangeres fra *helt sosial* til *helt kommersiell*. Likevel har selv de ekstreme tilfellene elementer av begge. Frivillige organisasjoner må også reflektere over den økonomiske virkeligheten, mens kommersielle aktører også må generere noe form for sosial verdi. Sosiale virksomheter befinner seg dermed ofte mellom offentlig, privat og frivillig sektor, og kombinerer verdier og logikker fra de ulike sektorene for å oppnå deres sosiale formål (Loga, 2016, s. 11). Sosiale virksomheter benytter mange ulike organisasjonsformer, og dette kan gjøre det utfordrende å tydeliggjøre deres sosiale formål og bidra til forvirring rundt hvem de egentlig er. Nettopp det at de organiserer seg ulikt og arbeider på ulike tematiske felt, gjør det vanskelig å gi en entydig definisjon. Det er dette problemområdet denne oppgaven utforsker. Sosialt entreprenørskap som felt kan være vanskelig å forstå, og vi vil derfor legge frem ulike definisjoner.

Til tross for den økende interessen for sosialt entreprenørskap, foreligger det som nevnt ikke én entydig definisjon av begrepet. Noen forskere fokuserer definisjonen på begrepet sosialt entreprenørskap som *prosess* (Alvord, Brown & Letts, 2004, s. 262; Austin et al., 2006, s. 2; Mair & Martí, 2006, s. 36; Newth & Woods, 2014, s. 36; Sullivan Mort, Weerawardena & Carnegie, 2003, s. 76-77), andre vektlegger den sosiale entreprenøren som *individ* (Boschee, 1998, s. 2; Dees, 1998, s. 4; Thompson, Alvy & Lees, 2000, s. 328), mens andre tar utgangspunkt i sosiale virksomheter, det vil si *organisasjonen* (Dees, 1994, s. 166; Defourny &

Nyssens, 2010, s. 43). Selv om det er en utfordring å finne frem til en enkelt definisjon som samler bred støtte, kan det generelt synes å være enighet om en rekke fellestrekk som kjennetegner sosialt entreprenørskap.

2.2.2 Entreprenørielle egenskaper i sosialt entreprenørskap

Når det er snakk om sosialt entreprenørskap definerer Austin et al. (2006, s. 2) det som en innovativ måte å skape sosial verdi som oppstår i eller på kryss av offentlig, frivillig og privat sektor. Alvord, Brown & Letts (2004) snakker derimot om at sosialt entreprenørskap skaper innovative løsninger på sosiale problemer og mobiliserer idéer og ressurser for å skape bærekraftige sosiale transformasjoner. Hulgård (2010) foreslår at sosialt entreprenørskap kan defineres som «the creation of social value that is produced in collaboration with people and organisations from the civil society who are engaged in social innovations that usually imply economic activity» (s. 4). Denne definisjonen er basert på de fire mest sentrale egenskapene ved sosialt entreprenørskap: 1) sosialt formål, 2) inkludering og medborgerskap, 3) innovasjon og 4) forretningsdrift. For å definere sosialt entreprenørskap i denne studien vil vi benytte oss av denne definisjonen.

2.2.3 Den sosiale entreprenøren som individ

Eksempelvis beskriver Dees (1998, s. 4) *sosiale entreprenører* som endringsagenter i samfunnet ved å ha en målsetting om å produsere sosial verdi, oppsøke nye muligheter for å oppnå målsettingen og ikke begrenses av de tilgjengelige ressursene. Ferd Sosiale Entreprenører, som er et sentralt nettverk innen sosialt entreprenørskap i Norge, definerer en sosial entreprenør som:

[...] en person som tar bevisst tak i et krevende samfunnsproblem og etablerer en ny løsning. De drives av å skape sosiale resultater, og klarer å organisere aktiviteten rundt løsningen sin på en måte som gir levedyktighet på lang sikt (Ferd, u.å., www.ferd.no).

2.2.4 Den sosiale virksomheten som organisasjon

Dees (1994) beskriver sosiale virksomheter som «private organizations dedicated to solving social problems, serving the disadvantaged, and providing socially important goods that were not, in their judgment, adequately provided by public agencies or private markets» (s. 166).

EMES Research Network¹, er et forskernettverk med hovedoppgave å undersøke fremkomsten av sosiale virksomheter og deres vekst i EU og definerer sosiale virksomheter ut fra en idealmodell (Hoogendoorn, Pennings & Thurik, 2010). Defourny & Nyssens (2010, s. 43) presenterer fire kriterier som reflekterer den økonomiske og entreprenørielle dimensjonen, og fem kriterier som omfatter de sosiale dimensjonene for EMES' idealmodell. De økonomiske og entreprenørielle dimensjonene innebærer at virksomheten 1) kontinuerlig produserer varer eller tjenester, 2) har en høy grad av autonomi, 3) har en signifikant grad av økonomisk risiko og 4) har et minimumsnivå av betalt arbeid. De sosiale dimensjonene omfatter at virksomheten har 1) et eksplisitt mål om å tjene samfunnet, 2) et initiativ lansert av en gruppe medborgere, 3) en beslutningskraft som ikke baseres på eierandeler, 4) en deltakende natur som involverer målgruppene som berøres av aktivitetene og 5) en begrensning på utbetaling av utbytte. De oppsummerer punktene over slik:

Social enterprises are not-for-profit private organizations providing goods or services directly related to their explicit aim to benefit the community. They generally rely on a collaborative dynamics involving various types of stakeholders in their governing bodies, they place a high value on their autonomy and they bear economic risk related to their activity (Defourny & Nyssens, 2008, s. 204).

I denne oppgaven vil vi særlig vektlegge denne definisjonen av sosiale virksomheter.

Forskningen på sosialt entreprenørskap vokser frem fra ulike faglige disipliner som for eksempel økonomi, markedsføring, sosiologi, statsvitenskap og sosialt arbeid, og definisjonen avhenger derfor ofte av hvilke faglige perspektiv som benyttes. Som nevnt opereres det med ulike begreper knyttet til sosialt entreprenørskap, og dette kan forstås på bakgrunn av ulike tilnærminger og hvordan de forstår sosialt entreprenørskap. Felles for alle definisjoner er det faktum at det finnes en underliggende drivkraft i sosialt entreprenørskap om å skape sosial verdi fremfor å heller skape maksimal profitt (Austin et al., 2006, s. 2). Begrepet sosialt entreprenørskap har ulik betydning for ulike mennesker og mangelen på et samlende paradigme har ført til en spredning av definisjoner (Bacq & Janssen, 2011; Dees, 1998). Defourny & Nyssens (2010) mener at for å forstå sosialt entreprenørskap og sosiale virksomheter må lokale

¹ Forkortelse av det franske *L'EMergence de l'Enterprise Social en Europe*.

og nasjonale ulikheter, som former disse organisasjonene på ulike måter, tas med i betraktningen.

2.2.5 Velferdsmodellens betydning for fremveksten av sosialt entreprenørskap

Som nevnt er sosialt entreprenørskap et landskap som kan være vanskelig å avgrense. Det har vokst frem i ulike kontekster, i land med forskjellige økonomiske forutsetninger og velferdsmodeller. Type velferdsmodell og landenes økonomi spiller derfor en stor rolle for fremveksten av sosialt entreprenørskap. Dette hevdes også i de rapportene vi bygger vår studie på (Eimhjellen & Loga, 2016; Kobro et al., 2017). Med bakgrunn i dette vil vi gjøre en kort gjennomgang av fremveksten av sosialt entreprenørskap i Norge og internasjonalt. Denne fremstillingen er hovedsakelig basert på Defourny & Nyssens (2010, s. 35-38) og Loga (2016, s. 19-24).

Begrepet sosialt entreprenørskap oppstod parallelt i USA og flere europeiske land i første halvdel av 1990-tallet (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 17), men Dees (1998, s. 1) påpeker at som fenomen er det langt i fra nytt. I USA vokste sosialt entreprenørskap frem som et resultat av at ideelle organisasjoner mistet offentlige tilskudd og ble tvunget til å søke mer kommersielle inntjeningsmetoder (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 17). På 60-tallet i USA ble det lansert et velferdsprogram, kalt *Great Society*, som investerte midler i utdanning, helsevesenet, samfunnsutvikling og fattigdomsprogrammer. En stor andel av midlene ble investert i non-profit organisasjoner som arbeidet på disse områdene, i stedet for å la offentlig byråkrati styre bruk av midlene. Denne satsningen førte til en styrking av de eksisterende ideelle organisasjonene og til etablering av nye. Da den økonomiske nedturen på 70- og 80-tallet inntraff ble det gjort nedskjæringer i offentlig støtte. Non-profit organisasjonene løste mangelen på midler ved å orientere seg mot mer kommersielle aktiviteter som kunne skaffe dem nye inntekter, gjerne gjennom salg av varer og tjenester som ikke direkte hadde betydning for den sosiale målsettingen. Bacq & Janssen (2011, s. 380) skriver at dette har medvirket til at i USA anses enkelte sosiale utfordringer som et problem ment for å bli løst av ideelle organisasjoner og gjennom veldedighet, i større grad enn at et problem skal løses av det offentlige. På bakgrunn av dette mener de at sosialt entreprenørskap i USA kan ses på som en erstatning til velferdsstaten. I 1998 ble *The National Gathering of Social Enterprises* etablert. Dette nettverket bidro til å synliggjøre det nye organisasjonslandskapet som nå bestod av eldre, ideelle

organisasjoner som hadde orientert seg mot det kommersielle, og av nyetablerte organisasjoner som søkte å kombinere ideelle formål med kommersiell drift.

Fremveksten av sosialt entreprenørskap i USA kan også knyttes til opprettelsen av Ashoka², en organisasjon som stimulerer til sosialt entreprenørskap gjennom økt støtte og veiledning. Til forskjell fra *The National Gathering of Social Enterprises*, retter Ashoka sin oppmerksomhet mot enestående individer som er i stand til å frembringe sosial endring, heller enn hvilken type organisasjoner de velger å etablere.

På samme måte som i USA var det en fremvekst av sosiale virksomheter i Europa med bakgrunn i den økonomiske krisen på 80-tallet (Hoogendoorn et al., 2010, s. 6). I mange land førte den økonomiske nedgangen til en reduksjon i offentlige midler til velferdstjenester, og det ble satt fokus på hvordan frivillig sektor kunne supplere de offentlige tjenestene. I de fleste europeiske land har frivillige organisasjoner spilt en sentral rolle i produksjon av velferdstjenester, men i hvilken grad det er forventet at de skal bidra med velferdsproduksjon avhenger av hva slags velferdsmodell som har utviklet seg i landet. Hvordan velferdsproduksjonen er delt mellom sektorene, har hatt betydning for fremveksten av sosialt entreprenørskap og sosiale virksomheter i de ulike landene. Det finnes derfor ulikheter innad i Europa i form av hvilke tjenester som leveres av de sosiale virksomhetene, velferdsstaten og juridiske strukturer.

I katolske land, som Tyskland, Frankrike, Belgia og Irland, bidrar frivillig sektor til store deler av velferdsproduksjonen. Under de økonomiske nedgangstidene på 1980-tallet ble det satt i gang offentlige programmer for å redusere arbeidsledigheten. I forbindelse med disse oppstod idéen om at små, private bedrifter kunne fungere som et tilskudd til de offentlige programmene, ettersom det eksisterte udekkede sosiale behov og mye ledig arbeidskraft. Parallelt med de offentlige programmene ble det satt i gang en aktiv arbeidsmarkedspolitikk der myndighetene oppmuntret til entreprenøriell aktivitet hos de arbeidsledige. Dette ble gjort for at de private initiativene kunne dekke behov i samfunnet og for at myndighetene slik kunne spare penger. Ideelle organisasjoner spilte en stor rolle i gjennomføringen av denne politikken. Det bidro også til en fornying innen ideell sektor og gjorde sektoren mer produktiv som velferdsprodusent. Ideell sektor fikk en fornyet pionér-rolle og utviklet bedre grobunn for entreprenøriell aktivitet.

² Etablert av Bill Drayton i 1980.

I Norden har det tradisjonelt vært en fordeling av oppgaver mellom offentlig, privat og frivillig sektor. Salamon & Anheier (1998, s. 229) forklarer at på grunn av den store utbredelsen av velferdsstaten i de nordiske landene har rommet for ideell velferdsproduksjon vært begrenset. Likevel mener de at frivillig sektor fyller andre viktige roller i velferdsstaten. Under de økonomiske nedgangstidene på 1980-tallet opplevde de nordiske landene i varierende grad press mot velferdsstaten. Norge merket dette presset i liten grad, og det skjedde ikke store endringer i fordelingen av velferdsproduksjonen mellom sektorene. Begrepet sosialt entreprenørskap dukket opp i Norge på 2000-tallet, som en inspirasjon fra land med en sterkere historie for sosialøkonomi og kooperativer, og erfaring med organisasjoner som kombinerer sosiale formål med forretningsdrift på den ene siden og land med en sterkere tradisjon for privat velferdsproduksjon på den andre siden.

I Storbritannia brukes det mindre offentlige midler til velferdsproduksjon enn i de sosialdemokratiske landene i Norden. Dette kan relateres til en relativt stor frivillig sektor, som i stor grad baseres på private ressurser. På 1980-tallet slo det offentlige reformprogrammet *New Public Management* inn. Dette innebar at staten fortsatt bidro med finansering og regulering av tjenestene, men alle typer organisasjoner kunne delta i samme marked og konkurrere om de samme kontraktene for produksjon av velferdstjenester for offentlig sektor. Det var først og fremst tjenesteproduksjonen i privat sektor som økte, men det var også en økning i frivillig sektor. Forholdet mellom frivillig og offentlig sektor endret seg, noe som innebar et skifte fra økonomiske tilskudd fra offentlige myndigheter, til en kontraktsbasert relasjon knyttet til kjøp av velferdstjenester produsert av ideelle organisasjoner. I 2004 fikk Storbritannia en ny organisasjonsform tilpasset sosiale virksomheter, kalt *Community Interest Company*. Et nyetablert departement for den tredje sektor, som skal øke profesjonalitet i sektoren og stimulere til vekst gjennom ulike tiltak, har ansvaret for virksomheter med denne organisasjonsformen (Hoogendoorn et al., 2010, s. 8).

Sør-europeiske land som Italia, Portugal, Spania og Hellas har et langt lavere offentlig budsjett for velferdsproduksjon enn for eksempel Norden og Storbritannia. De sør-europeiske landene har et mindre utviklet system for offentlig velferdsproduksjon og har i større grad basert seg på familien. Velferden har også historisk sett vært knyttet til kirken og kristne veldedige organisasjoner. Sammenlignet med de nord-europeiske landene, er det et lavere antall organisasjoner i frivillig sektor i Sør-Europa. Kooperativbevegelsen har imidlertid stått sterkere

i disse landene. Under den økonomiske nedgangen på 1980-tallet, vokste det frem nye kooperativer for å møte det økende behovet for velferd i de sør-europeiske landene. Den økonomiske krisen førte til nytt engasjement i den kooperative bevegelsen. Begrepet sosial virksomhet ble introdusert i 1990 i Italia. Begrepet ble etablert som en betegnelse for de banebrytende kooperativene som påtok seg et samfunnsansvar og ble utviklet i samspill mellom aktører fra ulike sektorer. I 1991 ble det opprettet en egen organisasjonsform for sosiale kooperativer i Italia og i årene som kom fulgte land som Frankrike, Portugal, Spania og Hellas etter.

I en norsk kontekst er sosialt entreprenørskap som felt i vekst, og det dukker stadig opp nye aktører. Vi vil gi en kvantitativ fremstilling av hvordan organisasjonslandskapet ser ut i Norge i dag. Fremstillingen er basert på sekundærdata innsamlet av Eimhjellen & Loga (2016) og Kobro et al. (2017), og presenteres i kapittel 3.2.4 *Sekundærdata*.

2.3 Aktuelle organisasjonsformer

Sosialt entreprenørskap er et mangfoldig felt, med mange ulike organisasjonsformer og arbeidsområder. En organisasjonsform er en organisasjons offisielle juridiske form. Valg av organisasjonsform vil dermed ha stor betydning for ansvarsforhold, risiko, skatt, krav til innskudd, rettigheter og plikter med mer (Altinn, 2019). Dette er faktorer som sosiale entreprenører må ta med i vurderingen ved valg av organisasjonsform. Det finnes fordeler og ulemper ved alle organisasjonsformer, og valg av organisasjonsform kan blant annet få betydning for hvor lett det er å synliggjøre deres sosiale formål.

Valg av organisasjonsform bestemmer blant annet hvilken sektor organisasjonen regnes for å tilhøre. Det skilles mellom tre ulike sektortilhørigheter: offentlig, frivillig og privat sektor. Offentlig sektor er den offentlige forvaltningen og består av foretak som eies eller kontrolleres av staten eller kommunene, mens privat sektor består av alle bedrifter i privat eie, herunder aksjeselskap og ideelle aksjeselskap (Idsø, 2017a, b). Ideelle organisasjoner er ikke profittdrevne og regnes for å tilhøre frivillig sektor, også kalt den tredje sektor (Tjernshaugen, 2018). De betegnes som ideelle fordi eventuelle overskudd tilbakeføres organisasjonen og

brukes på samfunnsnyttige formål (Veiviseren, 2018)³. Organisasjonsformer med tilhørighet til frivillig sektor er blant annet stiftelse, samvirkeforetak og frivillige organisasjoner (FLI).

Sosialt entreprenørskap oppstår ofte i skjæringspunktet mellom de tre sektorene når de sosiale entreprenørene løser pressende sosiale utfordringer og samfunnsproblemer på nye og innovative måter. En sosial virksomhet kan befinne seg i privat sektor, løse oppgaver for det offentlige mot betaling og i andre sammenhenger utføre rene frivillige aktiviteter de ikke tar seg betalt for. På denne måten ligger de ofte mellom de tre sektorene og kan bidra til å bygge nye relasjoner mellom dem. I tillegg kan eierskapet i de ulike organisasjonene gå på tvers av sektorer og organisasjonsform. Dette kan for eksempel være et offentlig eid aksjeselskap eller aksjeselskap eid av ideelle stiftelser.

Selv om den mest brukte organisasjonsformen blant sosiale virksomheter er aksjeselskap⁴ (Eimhjellen & Loga, 2016; Kobro et al., 2017), finnes likevel mange ulike organisasjonsformer utover dette. Brønnøysundregistrene registrerer opp til 46 ulike typer organisasjoner (Brønnøysundregistrene, 2019). Hvordan de sosiale virksomhetene er organisert, fordelt på de ulike organisasjonsformene, presenteres i kapittel 3.2.4 *Sekundærdata*. I figur 1 tar vi for oss de organisasjonsformene med relevans for vår oppgave.

³ Veiviseren.no er en digital verktøykasse utviklet av Arbeids- og velferdsdirektoratet, Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, Helsedirektoratet, Integrerings- og mangfoldsdirektoratet, Husbanken og Kriminalomsorgsdirektoratet.

⁴ Inkludert ideelt aksjeselskap.

Figur 1: Oversikt over de ulike organisasjonsformene brukt i Norge

Organisasjonsform	Forkortelse	Sektortilhørighet	Krav til kapital	Kjennetegn
Aksjeselskap	AS	Privat	30 000	Kapital fordelt på én eller flere aksjer Begrenset personlig ansvar Investorvennlig Rettigheter som ansatt Egen juridisk person Driftes etter kommersielle prinsipper med sunn forretningsdrift som mål Bokførings- og regnskapsplikt
Ideelle aksjeselsap	Ideelt AS	Privat	30 000	Juridisk sett ikke en egen organisasjonsform og er derfor underlagt aksjeloven Vedtaksfestet tilsidesettelse av mål om avkastning for å ivareta et bestemt formål uten at dette går på bekostning av aksjelovens krav om sunn forretningsdrift
Stiftelse: Alminnelig / Næringsdrivende	STI	Frivillig / Privat	100 000 / 200 000	Formuesverdi eller grunnkapital stilles til disposisjon for et best formål av ideell, humaniter, kulturell, sosial, utdanningsmessig, økonomisk eller annen art Det skilles mellom alminnelig og næringsdrivende stiftelse Alle stiftelser skal ha et styre som representerer stiftelsen utad og har ansvar for at stiftelsen blir forvaltet tilfredsstillende Regnskaps- og revisorplikt
Samvirkeforetak	SA	Frivillig	Ingen krav	Hovedformålet er å fremme medlemmenes økonomiske interesser Demokratisk bygget opp, hvert medlem har normalt bare én stemme Overskuddet deles mellom medlemmene basert på bruk eller blir stående i virksomheten Samarbeid er viktigere enn kapitalavkastning
Forening, lag, innretning	FLI	Frivillig	Ingen krav	Eier seg selv Overskudd kan ikke deles ut til medlemmer Rettsforholdene er ikke regulert i egen lov Utfordringer i forhold til investorer eller lån
Enkelpersonforetak	ENK	Privat	Ingen krav	Ubegrenset personlig ansvar Eies av en fysisk person og drives for egen risiko og regning Kan ikke være ansatt i eget foretak, men kan ha ansatte Ikke egen juridisk person Lite investorvennlig

På bakgrunn av Aksjeloven (1997), Samvirkelova (2007), Stiftelsesloven (Stiftelsesloven, 2001), Gårseth-Nesbakk (2018) & Altinn (2018a, b, c, d) er figuren over utarbeidet som er en kort og oppsummerende oversikt over organisasjonsformer i Norge, som er relevant for oppgaven.

2.3.1 Organisasjonsformens betydning for sosiale entreprenører

Sosiale virksomheter med aksjeselskap som organisasjonsform kan ha vanskeligheter med å synliggjøre sitt sosiale formål og bli møtt med mistillit (Loga et al., 2016). Aksjeselskap driftes etter kommersielle prinsipper og måler gjerne suksess gjennom den økonomiske bunntinjen. Denne organisasjonsformen kan lettere synliggjøre den kommersielle profilen, men gir utfordringer med å synliggjøre den sosiale profilen. Sosiale virksomheter kan ofte oppleve å bli sidestilt med andre private velferdsprodusenter i krevende anbudsrunder, som hverken er tilpasset sosiale virksomheter eller tar høyde for den sosiale dimensjonen (Loga et al., 2016, s. 116-117). En annen ulempe kan være at investorer eller andre støttespillere av prinsipp ikke vil samarbeide med et aksjeselskap (Innovasjon Norge, 2018).

Som nevnt kan det være vanskelig for sosiale virksomheter organisert som aksjeselskap å tilstrekkelig legitimere og kommunisere deres sosiale formål. For å enklere tydeliggjøre det sosiale formålet, kan aksjeselskap bestemme i sine vedtekter at selskapets overskudd skal gå tilbake i driften eller til ideelle formål. Virksomheten betegnes da som et ideelt aksjeselskap. Dette betyr at vedtektene fastsetter hvordan et eventuelt overskudd skal disponeres og hindrer aksjonærene i å ta utbytte av overskuddet. I likhet med ordinære aksjeselskap kan det, til tross for at selskapet betegner seg selv som et ideelt AS, være utfordringer knyttet til inngåelse av samarbeid og kundeforhold. Ideelt aksjeselskap trekkes ofte frem som en organisasjonsform tilpasset sosiale virksomheter i Norge (Loga et al., 2016, s. 63), nettopp fordi den synliggjør for potensielle kunder og offentlige arbeidsgivere at organisasjonen har andre formål enn de rent kommersielle. Juridisk sett er det imidlertid ikke forskjell på et aksjeselskap og et ideelt aksjeselskap i Norge.

Ved opprettelse av en stiftelse kan det store kapitalkravet være et hinder for sosiale entreprenører. Det skilles mellom næringsdrivende stiftelse og alminnelige stiftelser. Eksempler på næringsdrivende stiftelser er sykehus eller forskningsinstitutt som Haraldsplass Diakonale Stiftelse og Stiftelsen Unitetsforskning Bergen, mens en typisk alminnelig

(pengeutdelende) stiftelse er eksempelvis Kavlifondet eller ExtraStiftelsen. I denne oppgaven omtales hovedsakelig alminnelige stiftelser. Disse gir organisasjonen en tilhørighet i frivillig sektor, og gjør det dermed enklere å synliggjøre organisasjonens sosiale formål (Loga, 2016). Dette gjør at stiftelsesformen er en aktuell organisasjonsform for sosiale entreprenører.

Organisasjonsformen forening, lag, innretning krever ingen kapital og eier seg selv. Den har imidlertid svakheter på områder hvor vekst krever bedriftsøkonomiske virkemidler, for eksempel ved behov for investorer eller lån. Enkelte sosiale virksomheter velger derfor å opprette en hybrid organisasjon, hvor deler av virksomheten organiseres i et aksjeselskap, gjerne ideelt, mens aktiviteter som skal engasjere frivillig sektor organiseres som forening (Innovasjon Norge, 2018). I en frivillig organisasjon kan ikke overskudd, gjeld eller formue deles ut til medlemmene, noe som står i motsetning til et aksjeselskap. Frivillig organisasjon er en organisasjonsform som er både rask og enkel å opprette, men rettsforholdet er ikke regulert i en egen lov. Dette kan gjøre det enkelt for sosiale entreprenører å opprette en frivillig organisasjon. Skandinavia kjennetegnes av et stort sivilt engasjement, som tradisjonelt har foregått innen medlemsorganisasjoner tilknyttet frivillig sektor, og mange i Norge er derfor kjent med denne organisasjonsformen. Den tradisjonelle medlemsbaserte frivillige organisasjonen oppfattes imidlertid ikke som kommersiell og næringsdrivende (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 5).

Samvirker, som også er en medlemsbasert organisasjonsform, kan benyttes av sammenslutninger av personer som i ulik grad driver næringsvirksomhet. Det betyr at denne organisasjonsformen kan benyttes selv om den økonomiske virksomheten ikke anses som stor (Altinn, 2018c). I motsetning til aksjeselskap og stiftelser, er det ingen krav til innskuddskapital ved stiftelse av et samvirkeforetak (Altinn, 2018c). Likevel er samvirke en lite utbredt organisasjonsform i Norge. Historisk sett har ikke samvirker vært brukt til velferdsproduksjon, men har vært noe utbredt innen bonde- og arbeiderbevegelsen (Loga, 2016, s. 20). At det finnes så få samvirker, særlig innen velferdsproduksjon, må ses i sammenheng med utbyggingen av velferdsstaten (Loga, 2016, s. 21)

2.3.2 Egen organisasjonsform for sosiale virksomheter?

Kobro et al. (2017, s. 53) registrerer at det er stor usikkerhet blant sosiale entreprenører når det gjelder hvilken organisasjonsform de skal velge. Videre trekker de frem at mange sosiale

entreprenører mener at det er behov for en egen organisasjonsform tilpasset sosiale virksomheter, som gir rom for profitt, men samtidig sikrer at eventuelle overskudd vil skape sosial verdi. Aksjeselskap er den formen som oftest vurderes av sosiale entreprenører i Norge, men i møtet med det offentlige kan de bli møtt med mistillit (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 12; Kobro et al., 2017, s. 53). Dersom målet er å synliggjøre særpreget ved sosiale virksomheter, foreslår Eimhjellen & Loga (2016, s. 12) etablering av en egen organisasjonsform med tilhørende rettslig rammeverk for sosiale virksomheter.

Flere land i Europa har eller arbeider med å opprette egne modeller for sosiale virksomheter. En EU-rapport fra 2015 viser at seksten europeiske land har en eller annen form for juridisk rammeverk for sosialt entreprenørskap, og flere er under utvikling (European Commission, 2015). EU-rapporten beskriver to brede tilnærminger til lovgivning for sosiale virksomheter. Den ene tilnærmingen er tilpasning for sosiale virksomheter av eksisterende lovverk og organisasjonsformer, mens den andre tilnærmingen baseres på opprettelse av en egen juridisk form for sosiale virksomheter. Kobro et al. (2017, s. 58) mener at det bør settes i gang et utredningsarbeid hvor kunnskap fra ulike lands erfaringer hentes inn og ulike modellens fordeler og ulemper vurderes. På den andre siden må sosialt entreprenørskap forstås ut ifra den lokale konteksten. En kan med fordel se til andre land for inspirasjon, men som Defourny & Nyssens (2010, s. 49) hevder, er det ikke mulig å fremme og støtte oppunder sosiale virksomheter kun ved å eksportere tilnærminger fra USA og Europa. Ved å kun kopiere disse tilnærmingene uten tilknytning til lokale kontekster, vil den sosiale virksomheten fort miste nyhetens interesse.

2.3.3 Sosialt entreprenørskap i form av CSR

Bedrifter som tar et samfunnsansvar, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, står i nær relasjon til sosiale virksomheter, men det er likevel en viktig forskjell (Hulgård, 2010, s. 3). CSR viser til at bedrifter tar samfunnsansvar, og i økende grad synliggjør dette i sin virksomhet. Samfunnsansvaret innlemmes i bedriftens forretningsutvikling og formidles utad som en del av virksomheten (Loga, 2016, s. 47-48). På denne måten kan bedrifter vise til at de har en sosial visjon utover den profitorienterte kjerneaktiviteten. Et eksempel på hvordan dette samfunnsansvaret vokser innen store bedrifter er IKEA sitt pilotbaserte inkubatorprogram, IKEA Bootcamp, som har et mål om å skape en positiv effekt på mennesker, samfunnet og planeten.

Alter (2007, s. 14) forklarer at det primære målet i CSR-bedrifter er å sørge for profitt, mens hovedmålet i sosiale virksomheter er å skape sosial verdi. Virksomhetens hovedformål kan avgjøre om den klassifiseres som sosial eller om den praktiserer CSR. Hulgård (2010, s. 5) påpeker at CSR begrenses av en bedrifts aksjonærer, eiere og deres interesser, mens sosialt entreprenørskap kun begrenses av interessen for å skape sosial verdi for interessentene. Det kan være utfordrende å skille mellom sosialt entreprenørskap og CSR. Austin et al. (2006, s. 3) understreker dette ved å si at en sosial virksomhet som benytter kommersielle metoder kan ha mer til felles med sine kommersielle motparter, enn med sosiale virksomheter som ikke har noen kommersielle aspekter ved sin virksomhet. På et spekter mellom tradisjonelle non-profit organisasjoner og for-profit organisasjoner, kan en sosial virksomhet ligge side om side med en virksomhet som praktiserer CSR, men fortsatt være på ulike sider av spekteret. Den sosiale virksomheten har et sosialt formål som motivasjon, mens CSR-bedriften sin motivasjon er å sørge for en økonomisk profitt.

2.4 Institusjonell teori om hybriditet i sosiale virksomheter

Vi skal her drøfte teorier som belyser organisasjonsformens betydning for sosiale virksomheters utvikling, herunder dens innovasjonsevne, identitet, endring og utvikling. Sosiale virksomheter omtales gjerne som hybride organisasjoner fordi de opererer med en dobbel eller trippel bunnlinje og de befinner seg i spennet mellom privat, frivillig (ideell) og offentlig sektor. Det antas at hybride organisasjoner er mer utbredt enn tidligere, men det er varierende enighet om hvordan en hybrid skal defineres (Battilana, Lee, Walker & Dorsey, 2012, s. 51). Sosiale virksomheter organiserer seg ulikt, tar ulik form i ulike land og tilpasser seg det enkelte lands juridiske rammeverk og sosiale strukturer for medborgerskap, velferdsproduksjon og sosialt arbeid. Dette gjør at de befinner seg mellom sektorer og derfor får en såkalt hybrid karakter som kan være vanskelig å definere. Likevel er det en enighet om at hybride organisasjoner (1) involverer et mangfold av interessenter, (2) etterstreber flere og ofte motstridende mål og (3) engasjerer i aktiviteter som gjerne er differensiert og avvikende fra kjerneaktivitetene (Anheier & Krlev, 2014 referert i Besharov & Smith, 2014, s. 375; Mair, Mayer & Lutz, 2015). I engelsk terminologi blir de med referanse til motivasjonsaspektet betegnet som not-for-profit, som en hybrid mellom non-profit (ideelle) organisasjoner og for-profit (kommersielle) virksomheter.

I følge Battilana & Lee (2014 referert i Roche, 2017, s. 10) kan hybriditet referere til ulike felt innen forskning og kan observeres enten som hybriditet i organisasjonsstruktur, organisasjonsidentitet eller institusjonelle logikker. Vi har til nå i oppgaven illustrert mangfoldet og hybriditeten i organisasjonsform, og vil videre utdype teorier om hybriditet i identitet og institusjonelle logikker.

2.4.1 Hybriditet i organisasjonsidentitet

Forskning viser at organisasjoner kan ha flere identiteter som ofte er i konflikt med hverandre (Moss, Short, Payne & Lumpkin, 2011, s. 807). Denne tilnærmingen er spesielt relevant for sosiale virksomheter siden de er opptatt av, og definerer seg som, både entreprenørielle og sosiale (Austin et al., 2006, s. 3). Sosiale virksomheter preges gjerne ikke av én enkelt identitet, men av flere identiteter, som vanligvis ikke ville eksistert side om side under normale omstendigheter (Albert & Whetten, 1985 referert i Moss et al., 2011, s. 807).

Organisasjonsidentitet defineres som vedvarende egenskaper hos en organisasjon, som bidrar til deres særegenhet og egenart (Albert & Whetten, 1985 referert i Moss et al., 2011, s. 807). Organisasjonsidentiteten representerer hvilket kollektivt syn organisasjonens medlemmer har på den (Ashforth & Mael, 1989; Gioia, 1998 referert i Moss et al., 2011, s. 807). Identiteten påvirker også hvordan organisasjonen tolker viktige problemer, og hvordan og hvorfor beslutninger blir tatt (Dutton & Dukerich, 1991, s. 527). Battilana & Lee beskriver ulike aspekter ved hybriditet slik:

The presence of multiple identities in social enterprises may be both generative and constraining, as multiple identities provide a broader range of identity elements on which to draw, but also a greater risk of sanction from organization members and external constituents who identify more with one of the constituent forms but not the other (Battilana & Lee, 2014 sitert i Roche, 2017, s. 13).

Dette kan tolkes som at det er både fordeler og ulemper ved å ha flere iboende identiteter i organisasjoner. Det gir et bredere spekter av funksjoner å benytte seg av, men samtidig kan medlemmene identifisere seg mer med en form for identitet enn en annen, og konflikt kan oppstå. Det er dermed ikke det at det eksisterer flere identiteter som gir grunnlag for konflikt, men heller måten medlemmene identifiserer seg med dem (Roche, 2017, s. 13).

2.4.2 Hybride institusjonelle logikker

Sosialt entreprenørskap som felt preges av ulike institusjonelle logikker tilhørende de ulike sektorene. Sosiale virksomheter kombinerer logikker og verdier fra de ulike sektorene, og utgjør arenaer for samarbeid mellom sektorer. Thornton & Ocasio (1999, s. 804) definerer institusjonelle logikker som «..sosialt konstruerte og historiske handlingsmønstre, antagelser, verdier, overbevisninger og regler ...». Verdier som kan tilegnes offentlig sektor er universalisme og likebehandling, mens i privat sektor vektlegges profitt og avkastning. I frivillig sektor preges verdiene av partikularisme og nærhet til brukerne. Her vektlegges empati og innlevelse med interessentene fremfor regelstyring og universell utforming som i offentlig sektor (Loga et al., 2016, s. 52). Disse handlingsmønstrene tilsier at det stilles ulike forventninger til de ulike sektorene og fører til en viss arbeidsdeling mellom dem. Denne arbeidsdelingen mellom de ulike sektorene er derfor betingelser som får betydning for hvordan man forstår de hybride sosiale virksomhetene. Dette perspektivet vektlegger at det stilles ulike forventninger til en organisasjon som tilhører offentlig sektor, enn en organisasjon som tilhører frivillig sektor.

I privat sektor finnes det logikker som tilsier at selskapet skal tilby varer og tjenester for å skaffe investorene økonomisk avkastning og skape arbeidsplasser (Mair et al., 2015, s. 715). I frivillig sektor finner en i stor grad sosiale logikker, der målet er å løse et sosialt problem og ivareta omsorg og solidaritet for utsatte grupper, altså interessentene (Mair et al., 2015, s. 715). Her betegnes interessentene som mottakerne av tjenestene, mens i privat sektor er det aksjonærene som betegnes som interessenter. Hvem som er interessentene, er noe av det som skiller logikker i disse sektorene fra hverandre. Offentlig sektor er drevet av regler og basert på byråkrati. Logikker tilhørende offentlig sektor fremmer likebehandling og rettferdighet (Loga, 2016, s. 20) og karakteriseres ofte ved å ha mål som kommer samfunnet til gode og søker å forbedre trivsel hos borgerne gjennom effektiv bruk av skattepenger (Thornton, Ocasio & Lounsbury, 2012, s. 56).

2.4.3 Hybriditet – katalysator for innovasjon eller mission drift?

Hybride strukturer kan fungere som katalysator for innovasjon ved at nye produkter og tjenester skapes og baner vei for nye organisasjonsformer (Mair et al., 2015, s. 715). Battilana et al. (2012, s. 52) skriver at det kan virke unaturlig for utenforstående å kombinere

velferdsproduksjon med generering av inntekt, og at det er en vanlig oppfatning at aktiviteter knyttet til kommersiell forretningsdrift, ikke kan skape sosial verdi og vice versa. Det er avgjørende at hybride organisasjoner klarer å plassere seg i skjæringspunktet mellom de ulike sektorene, møte de ulike forventningene som eksisterer og håndtere de ulike logikkene som er tilstede (McPherson & Sauder, 2013, s. 166). Battilana et al. (2012) skriver at «Like hybrid species in nature, hybrid organizational models can be a fountain of innovation. But they also face distinct challenges that may prevent them from thriving» (s. 51). Hybride organisasjoner legger dermed til rette for innovasjon, men det er samtidig knyttet utfordringer til å utvikle seg og eksistere i en hybrid form.

Dersom hybride organisasjoner ikke lykkes med å utnytte innovasjonspotensialet, kan det argumenteres for at hybriditet fører med seg mer spenninger og muligheter for konflikt enn fordeler. Smith, Gonin & Besharov (2013, s. 407) snakker om de konkurrerende kravene og etiske dilemmaene som trolig vil oppstå i kombinasjoner av ulike institusjonelle logikker og identiteter. For sosiale virksomheter kan valg av sektortilhørighet føre til et dilemma. I private selskaper er den sterkeste motivasjonen profittmaksimering, mens ideelle organisasjoner drives av det sosiale formålet. Dersom sosiale virksomheter velger å plassere seg i frivillig sektor, og den kommersielle aktiviteten ikke er tett nok knyttet til det sosiale formålet, kan de risikere å miste de fordelene det gir å tilhøre frivillig sektor. Plasserer de seg i privat sektor, eksisterer det en risiko for at presset fra konkurransen i markedet fører til at de mister synet av det sosiale formålet. Med andre ord kan sosiale virksomheter ofte kun gjøre krav på sektorfordelene fra en av de mange formene for verdi de skaper. En løsning på dette er å utnytte fordelene ved flere sektorer. Dette innebærer typisk opprettelse av to ulike juridiske enheter, en for-profit og en non-profit, men dette innebærer også ekstraarbeid for ledelsen (Battilana et al., 2012, s. 52).

Møtet med disse kravene og valgene kan etter hvert føre til at sosiale virksomheter opplever en mission drift, en forskyvning av målsetningen. Mission drift blir innen institusjonell teori forstått for eksempel som at entreprenøren driver mot et fokus på profitt, som går på bekostning av den opprinnelige sosiale målsettingen (Battilana et al., 2012, s. 51). I motsatt fall kan en organisasjon ha etablert en drift basert på egne inntekter, men kan gradvis gjøre seg avhengig av gaver. Et eksempel på dette kan være at en virksomhet går fra frivillig til offentlig sektor. Særlig i Norden har frivillige organisasjoner blitt kooptert av kommunen, og mye av velferdsproduksjonen i Norge driver derfor denne veien. For å unngå mission drift, der for

eksempel et fokus på profitt går på bekostning av den sosiale målsettingen, må hybride virksomheter sørge for at balansen opprettholdes mellom den sosiale og den økonomiske målsettingen (Battilana et al., 2012).

3 Metode

Dette kapitlet vil gi en oversikt over hvilke metodevalg som ligger til grunn for studien og hvordan forskningsprosessen har forløpt. Datainnsamlingen har i all hovedsak skjedd ved bruk av semistrukturerte dybdeintervjuer og observasjon, men også kartleggingsrapporter er benyttet som sekundærmateriale. Dette utgjør henholdsvis primærdata og sekundærdata i oppgaven. Våre sekundærdata stammer fra ulike forskningsrapporter på feltet og belyses i kapittel 3.2.4 *Sekundærdata*. Det betyr at vi blant annet bygger på kvantitative undersøkelser av sosiale virksomheters økosystem i Norge og EU (Eimhjellen & Loga, 2016; Kobro et al., 2017). Våre informanter er i hovedsak sosiale virksomheter med ulike organisasjonsformer, men også enkelte sentrale aktører innen feltet. Disse omtales som nøkkelinformanter og er identifisert til å være sentrale på feltet ifølge forskningsrapportene vi bygger på.

3.1 Forskningsdesign og valg av metode

Utgangspunktet for denne masteroppgaven var et ønske om å bedre forstå hvilke faktorer som påvirker sosiale entreprenører ved valg av organisasjonsform. Vi ønsket å forstå og gjøre en tolkning av faktorer som bidrar til dette valget, heller enn å forklare og finne årsakssammenhenger. Et slikt utgangspunkt tilsier et vitenskapsteoretisk ståsted som befinner seg nærmere det sosialkonstruktivistiske vitenskapsidealet, enn det positivistiske vitenskapsidealet. Vi tok tidlig utgangspunkt i teoretiske antagelser om hvilke faktorer som kunne være gjeldene, men ønsket samtidig å identifisere flere. Oppgaven er derfor utført med et eksplorativt undersøkelsesdesign, som er fordelaktig når en ønsker å finne andre sammenhenger. (Gripsrud, Silkoset & Olsson, 2010, s. 39). Det ble da naturlig å velge en kvalitativ tilnærming bestående av en case av ulike sosiale virksomheter og andre aktører på feltet. Valget av casestudie som forskningsdesign ble gjort fordi det er velegnet når en skal gå i dybden og for å få en større forståelse (Yin, 2014, s. 16) Vi vil videre i kapitlet belyse hvordan vi har gått frem ved valg av metode.

3.1.1 Tilnærming

For å kunne svare på problemstillingen, er det under innsamlingen av data benyttet ulike kvalitative metoder for å øke vår forståelse av feltet og bedre forstå hvordan sosiale entreprenører tenker ved valg av organisasjonsform. For å oppnå dette ønsket vi heller å

kartlegge og tolke fremfor å teste hypoteser og måle variabler. Dette gjør at vår tilnærming til forskningsprosessen ligger nærmere sosial konstruktivisme enn positivisme. Denne tilnærmingen gjør det hensiktsmessig å benytte kvalitative metoder som eksempelvis intervju og observasjon. Våre åpne dybdeintervjuer gjorde at informanten kunne uttale seg fritt og muligens avdekke andre temaer enn det vi i utgangspunktet hadde vektlagt. På denne måten fikk vi også muligheten til å endre på intervjuguiden underveis i datainnsamlingsprosessen, noe som gjorde det mulig å fange opp flere temaer eller faktorer med relevans for problemstillingen (Easterby-Smith, Thorpe & Jackson, 2015, s. 53).

På forhånd var vi klar over at faktorer med påvirkning på valg av organisasjonsform kunne variere fra virksomhet til virksomhet og vektlegges ulikt. Postholm & Jacobsen (2018, s. 101) skriver at i et konstruktivistisk perspektiv antas det ofte at virkeligheten i liten grad er stabil og objektiv. Med denne tilnærmingen er det viktigere å forstå det unike og dynamiske, enn det å skape teorier om hvordan virkeligheten ser ut og hvordan den henger sammen (Postholm & Jacobsen, 2018, s. 101). Vi har gjennom datainnsamlingen vært opptatt av å fange opp variasjonene hos de ulike sosiale virksomhetene. Vi har vært på jakt etter aktørers sektorforståelse, fortolkning og identitet, og det gjør at vi har en vitenskapelig tilnærming med utgangspunkt i sosialkonstruktivisme. I våre sekundærdata finnes likevel et vitenskapsideal som ligger nærmere det positivistiske idealet, der generalisering i større grad er et formål. Vår oppgave står således ikke entydig i et sosialkonstruktivistisk vitenskapsideal.

3.1.2 Valg av metode

Vår studie har et eksplorativt undersøkelsesdesign da målet med oppgaven er å forstå valg av organisasjonsform og utforske temaet nærmere (Gripsrud et al., 2010, s. 39). I den forbindelse ble det naturlig å velge en kvalitativ tilnærming, en metode Jacobsen (2015, s. 133) anser som passende når en vil være åpen for uventede hendelser. For å få en bedre forståelse av sosialt entreprenørskap søkte vi til foreliggende forskning som forsøker å avtegne et felt. Jacobsen (2015, s. 133) trekker også frem at en kvalitativ metode egner seg best der en vet lite om det en skal undersøke, noe som passer godt for vår oppgave da forskning på feltet er begrenset. Sosialt entreprenørskap er et relativt ungt forskningsfelt i Norge, og det finnes derfor begrensede mengder forskning tilgjengelig. Ifølge rapportene vi bygger på finnes lite forskning om grunnlaget for valg av organisasjonsform i Norge.

3.1.3 Eksplorativ casestudie

Det nevnes i ulike rapporter at det kan være flere faktorer som spiller inn på valg av organisasjonsform hos sosiale entreprenører (Eimhjellen & Loga, 2016; Kobro et al., 2017; Loga, 2016; Loga et al., 2016). På bakgrunn av tidligere forskning gjorde vi tidlige antakelser om hva som kunne være påvirkende faktorer. Det betyr at vi har tatt utgangspunkt i teoretiske antakelser og har med det en idé om studiens resultat (Yin, 2014, s. 136). Dette har vært med på å prege hvilke spørsmål som stilles for å belyse problemstillingen i vår studie (Yin, 2014, s. 136). Sosialt entreprenørskap var et relativt ukjent felt for oss da vi startet arbeidet med oppgaven og vi ønsket å identifisere flere faktorer enn de vi hadde registrert på forhånd. For å belyse disse faktorene var det nødvendig å kontakte sosiale virksomheter med ulike organisasjonsformer. I tillegg ønsket vi å inkludere andre perspektiver hos sentrale aktører og nettverk innen feltet, det vil si aktører som kjenner feltet godt. Det naturlige valget av forskningsmetode falt da på en casestudie. Yin (2014, s. 16) anbefaler casestudie som forskningsmetode dersom forskningsspørsmålet krever en omfattende og dyptgående forståelse av fenomenet. Som tidligere nevnt er hensikten vår med denne oppgaven å forstå og gå i dybden av hvorfor sosiale entreprenører tar de valgene de tar angående organisasjonsform. For å gi et bredere perspektiv, består casestudien av to ulike typer informanter, både sosiale entreprenører som selv har startet en virksomhet og sentrale aktører innen feltet som har bygget opp kunnskap om temaet.

3.2 Datagrunnlag

I vårt datagrunnlag skiller vi mellom primærdata, som er data vi har samlet inn selv med formål å besvare problemstillingen vår, og sekundærdata, som er data samlet inn av andre for et annet formål. Denne studien er utformet som en eksplorativ casestudie, noe som gjorde det mulig å benytte metodetriangulering ved vår datainnsamling (Yin, 2014, s. 120). Fra vårt sosialkonstruktivistiske ståsted så vi at det kunne være flere realiteter og ønsket derfor å innhente synspunkter og opplevelser fra både sosiale entreprenører og andre aktører knyttet til dem gjennom flere ulike datainnsamlingsmetoder (Easterby-Smith et al., 2015, s. 54). Av Yin sine seks kilder til data, har vi benyttet intervju og observasjon. Ved innhenting av primærdata har vi benyttet semistrukturerte intervjuer og observasjon, mens sekundærdata som presenteres er kartleggingsmateriale utført av andre forskere (Yin, 2014, s. 106).

3.2.1 Primærdata

I figur 2 under presenteres våre informanter. Intervjuer med disse representerer våre primærdata.

Figur 2: Våre informanter

	Informanter	Organisasjonsform	Intervjuform	Intervjudato
Sosiale virksomheter	Folkelig Gründer, daglig leder	AS (ideelt)	I person	19.02.2019
	Fra hage til mage Gründer, daglig leder	AS (ideelt)	Telefonsamtale	20.02.2019
	Dine røtter Gründer, daglig leder	AS	Telefonsamtale	21.02.2019
	Gatemagasinet Asfalt Representant	Stiftelse	Telefonsamtale	22.02.2019
	PaaHjul Representant	AS (ideelt)		
	Tillitsperson Representant	Prosjekt i stiftelsen Kirkens Bymisjon		
	Moving Mamas Gründer, daglig leder	AS (ideelt)	Telefonsamtale	26.02.2019
	Medarbeiderne Gründer, daglig leder	AS (ideelt)	Videosamtale	27.02.2019
	Aktivitetsdosetten Gründer, daglig leder	AS (ideelt)	Videosamtale	05.03.2019
	Catalysts Gründer, daglig leder	FLI	Telefonsamtale	05.03.2019
	Alf AS Daglig leder	Kommunalt eid aksjeselskap	I person	06.03.2019
	Bydelsmødre Gründer, daglig leder	FLI	I person	20.03.2019
Andre aktører	Impact HUB Daglig leder	AS (ideelt)	I person	21.01.2019
	Ferd SE Direktør	AS (ideelt)	I person	19.03.2019
	KS Seniorrådgiver	FLI	I person	21.03.2019
	Kronprinsparets Fond Daglig leder	Stiftelse	I person	21.03.2019
	Innovasjon Norge Spesialrådgiver	Annet foretak	I person	21.03.2019

I videre omtale av informantene er det anonymisert hvilken virksomhet de ulike informantene representerer. Vi anser ikke hvem som sier hva som vesentlig informasjon i denne oppgaven, og finner det derfor hensiktsmessig å holde identiteten til informantene skjult. Alle sitater viser til et informantnummer, men alle informanter og nøkkelinformanter er gitt et tilfeldig nummer.

3.2.2 Intervju

Hoveddelen av datamaterialet i studien bygger på intervjudata med ti sosiale virksomheter og fem andre aktører innen feltet (se figur 2), der noen av intervjuene representerer flere sosiale virksomheter. Vi har inkludert aktører og sosiale virksomheter fra offentlig, privat og frivillig sektor. De fleste intervjuene er gjennomført i person, men også noen via videosamtale og per telefon. Intervjuene varierte i lengde, fra 35 minutter til 1 time og 15 minutter. Vi valgte å gjennomføre semistrukturerte intervjuer fordi det kan bidra til at informanten gir mer personlige svar og fordi vi ikke anså det som viktig hvilken rekkefølge spørsmålene ble stilt eller besvart i (Easterby-Smith et al., 2015, s. 139). Slike uformelle intervjuer er mer hensiktsmessige når individets personlige erfaringer, meninger eller lignende er av interesse (Gripsrud et al., 2010, s. 90). I forkant av intervjuene utformet vi to ulike intervjuguiden, som begge var ment som veiledning til hvordan intervjuene skulle gjennomføres. Den første, ment for de sosiale virksomhetene er basert på elleve hovedtemaer og er utviklet på bakgrunn av tidligere forskning (vedlegg 1). Den andre intervjuguiden, ment for andre aktører, ble revidert etter intervjuene med sosiale virksomheter og baseres på fire hovedtemaer (vedlegg 2). Intervjuguidene ble justert flere ganger underveis i prosessen, de vedlagte intervjuguidene er siste versjon. Semistrukturerte intervjuer gir informanten mulighet til å snakke friere og vi kunne dermed avdekke andre faktorer enn de vektlagt i intervjuguiden. I tillegg ga det oss muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål underveis. Disse bidro til en mer påkoblet og involvert tilnærming til datainnsamlingen.

Vi startet tidlig med datainnsamling, og som uerfarne intervjuere har det vært en utfordrende balansegang mellom å følge intervjuguiden, for å sikre svar som belyser problemstillingen, og det å være responsiv overfor informanten ved å søke utdyping og justere underveis i intervjuet (Yin, 2014, s. 110). Det var enklere å forholde seg til intervjuguiden under telefonintervjuene. Mangel på tilstedeværelse i rommet og øyekontakt gjorde det utfordrende å være like påkoblet, og som følger ble intervjuet mer strukturert og bundet til intervjuguiden. Under videointervjuene opplevde vi det samme fenomenet, bare i en lavere grad. Vi opplevde at

kontakten som oppnås gjennom telefon- og videosamtale er av en annen art enn ved intervjuer gjort i person. Likevel sitter vi igjen med et inntrykk av å ha fått gode og utdypende svar under telefon- og videointervjuene. For å sikre sitater valgte vi å gjøre lydopptak av alle intervjuene, for å transkribere i etterkant.

3.2.3 Observasjon

I tilknytning til intervjuene har vi også gjort en rekke observasjoner. Vi knytter informantene sine verdier og væremåter til institusjonelle logikker i analysen, og vi mener derfor at våre observasjoner under intervjuene utgjør et godt supplement til intervjudataene. Yin (2014, s. 113) støtter opp under dette ved å trekke observasjon frem som en nyttig tilleggsmetode for datainnsamling ved casestudier.

En viktig observasjon er ikke nødvendigvis hva informantene sier, men hvordan de sier det. Tjora (2017, s. 53) forklarer at en med observasjon studerer det folk gjør, mens en i intervjuer studerer det folk sier (at de gjør). Vi har observert informantenes kroppsspråk og væremåte i uttalelser om ulike temaer. Etter intervjuene med de sosiale virksomhetene, er det særlig observasjoner av entusiasme og lidenskap for deres sosiale formål vi sitter igjen med. I diskusjon rundt motivasjonen for deres sosiale formål, hersker det ingen tvil hos oss om at de motiveres først og fremst av deres sosiale målsetting. Det kommer tydelig frem at de brenner for det de gjør. I tillegg har vi gjort observasjoner angående hvilke lokaler informantene og nøkkelinformantene holder til i og hvordan de er kledd. Vi mener at dette gir uttrykk for hvilken identitet informantene har. Vi observerte ulikheter i hvilke lokaler informanter og nøkkelinformanter holder til i. Noen hadde for eksempel lokaler som var mer *corporate*, mens andre hadde i større grad innslag av *frivillighetskultur*. Vi observerte også at de andre aktørene i større grad møtte forberedt og hadde med materiale tiltenkt oss, mens de de sosiale entreprenørene er mer impulsive og ønsket å sende linker og lignende underveis i intervjuet. En annen sosial entreprenør ble også avbrutt under intervjuet, og måtte ta en pause i intervjuet for å ordne opp i en hastesak.

Observasjoner er datamateriale vi ikke ser det mulig å fremstille skjematisk, og beskrivelsene er derfor noe upresise. Likevel bygger observasjonene opp under vår tolkning av informantenes identitet.

3.2.4 Sekundærdata

Sekundærdata skiller seg fra primærdata ved at det ikke er samlet inn for å besvare vårt forskningsspørsmål (Gripsrud et al., 2010, s. 57). Som en del av vårt eksplorerende design, var det naturlig å undersøke om det forelå data samlet inn av andre forskere.

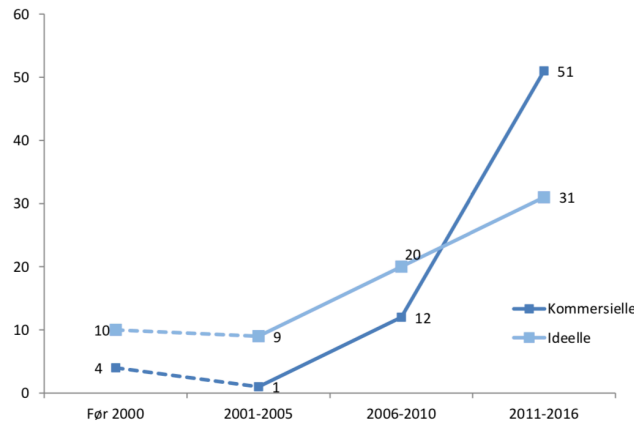
Det foreligger to norske forskningsrapporter som kartlegger økosystemet rundt sosiale entreprenører og virksomheter i Norge. Vi har tatt utgangspunkt i Eimhjellen & Loga sin rapport fra 2016 – *Utvikling av sosialt entreprenørskap i Norge* og Kobro, Røtnes, Eggen & Skar sin rapport fra 2017 – *Statlige rammevilkår på ramme alvor*. Disse utgjør våre sekundærdata og ble benyttet for å gi oss bedre innsikt rundt vår problemstilling og ga oss bedre forutsetninger for å være forberedt og kunne stille relevante spørsmål under intervjuene. I tillegg er EU-kommisjonens rapport fra 2015, *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*, benyttet for å se på sosiale virksomheters organisasjonsform i europeisk kontekst.

Eimhjellen & Loga (2016) er basert på prosjektet *Utvikling av sosialt entreprenørskap i Norge*, og har som formål å kartlegge omfanget av og kjennetegn ved sosialt entreprenørskap som fenomen i Norge. Rapporten bygger på en kvantitativ kartlegging og en spørreundersøkelse med svar fra 179 sosiale virksomheter i Norge. *Statlige rammevilkår på ramme alvor* (Kobro et al., 2017) er en rapport utarbeidet på forespørsel fra tre departementer, der hovedfokuset er å identifisere utfordringer for sosial innovasjon i den norske velferdsstaten. Utredningen bygger på kvalitativ og kvantitativ metode, og på bakgrunn av dokumentstudier, dybdeintervjuer og fokusintervjuer ble det utarbeidet en spørreundersøkelse som ble sendt ut til 364 respondenter, hvorav en svarprosent på 47. Eimhjellen & Loga (2016) avgrensner begrepet sosialt entreprenørskap i tråd med Hulgårds (2010, s. 4) fire dimensjoner: 1) Innovasjon og entreprenørskap, 2) sosialt formål, 3) forretningsdrift og 4) medborgerskap. Kobro et al. (2017) benytter den samme definisjonen på sosialt entreprenørskap i sin rapport. De to kartleggingsrapportene avgrensner altså begrepet på samme måte, men benytter ulike metoder for datainnsamling. Som nevnt benytter vi oss av den samme definisjonen i denne studien.

Eimhjellen & Loga (2016) sine undersøkelser viser at virksomhetene på feltet i Norge er relativt unge, der mer enn halvparten er etablert de siste ti årene. På tross av den store velferdsstaten i Norge viser figur 3 at det er en vekst i antall sosiale virksomheter, særlig fra 2010. Ifølge rapporten er de kommersielle virksomhetene som er yngst, da hele 75 prosent av de

kommersielle virksomhetene ble etablert mellom 2011 og 2016, mens 56 prosent av de ideelle virksomhetene ble etablert før 2011 (se figur 3).

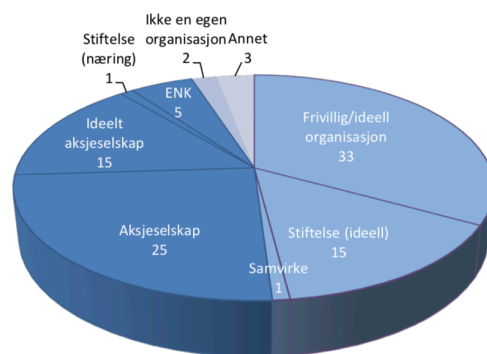
Figur 3: Veksten i feltet. Antall virksomheter startet opp per tidsperiode (N=138)



Eimhjellen & Loga (2016, s. 43)

Av Eimhjellen & Loga (2016) sine funn, er fordeling av organisasjonsform mest relevant for denne studien. Deres undersøkelser plasserer halvparten av virksomhetene i frivillig sektor og den andre halvparten i privat sektor (se figur 4). Av figuren ser vi at aksjeselskap, enten i form av rent aksjeselskap eller ideelt aksjeselskap, er den vanligste organisasjonsformen blant de sosiale virksomhetene i Norge. Dette finner også Kobro et al. (2017, s. 34) i sine undersøkelser (se figur 5). Følgelig forteller deres respondenter at aksjeselskap i de fleste tilfeller gir fordeler ved at organisasjonsformen oppfattes som den mest transparente og *profesjonelle* når man skal inngå avtaler om kjøp og salg. Av virksomhetene i frivillig sektor, er 33 prosent frivillig organisasjon (FLI) og 15 prosent alminnelig stiftelse.

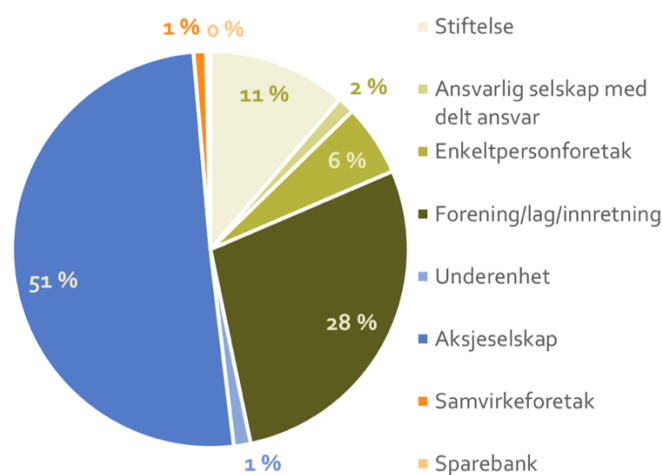
Figur 4: Prosentvis fordeling av organisasjonsform (N=151)



Eimhjellen & Loga (2016, s. 41)

Kobro et al. (2017) påpeker at, i likhet med Eimhjellen & Loga (2016), at aksjeselskap er den vanligste organisasjonsformen blant de sosiale virksomhetene i deres undersøkelse. Kobro et al. inkluderer ideelle aksjeselskap under kategorien aksjeselskap, mens Eimhjellen & Loga gjør et skille på de to.

Figur 5: Andelen sosiale virksomheter fordelt på organisasjonsform



Kobro et al. (2017, s. 34)

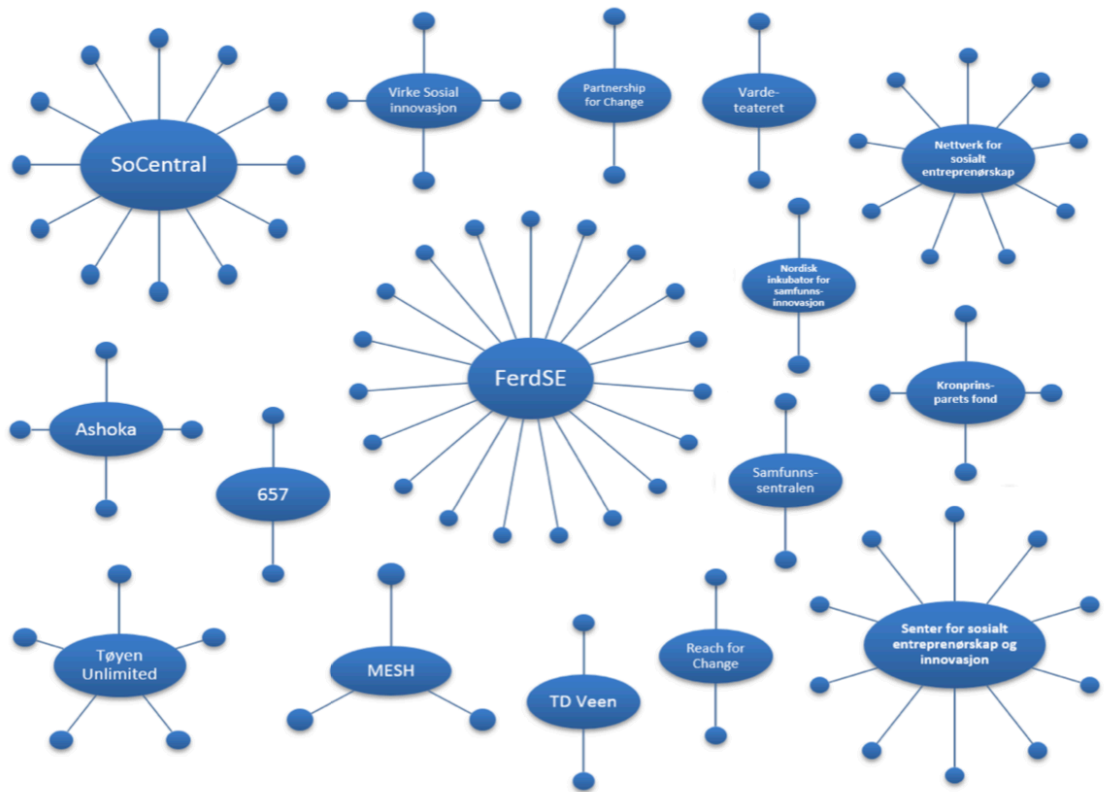
Kobro et al. (2017) løfter frem en interessant tanke ved å uttrykke at de er overrasket over at ikke flere sosiale virksomheter registrerer seg som samvirkeforetak. Dette begrunnes med den sterke posisjonen *samskaping*⁵ har på feltet, da organisasjonsmodellen gjør det lett å innlemme brukere av tjenesten som eiere av tjenesten.

I denne studien ønsket vi blant annet å undersøke hvordan sosiale entreprenørers nettverk påvirket deres valg av organisasjonsform. Eimhjellen & Loga (2016) finner i sin undersøkelse at 55 prosent av deres respondenter inngår i et nettverk eller en samarbeidsplattform for sosiale virksomheter eller innovasjon. Fra undersøkelsene identifiserer de hvilke nettverk som er de vanligste blant de sosiale virksomhetene (se figur 6). Eimhjellen & Loga (2016) sine undersøkelser viser at de mest vanlige samarbeidsplattformene er Ferd Sosiale Entreprenører

⁵ Samskaping defineres som: «Den ikke-hierarkiske prosessen hvorved offentlig og private aktører og ressurser koordineres og gis felles retning og mening» (Røiseland & Vabo, 2012, s. 21).

(Ferd SE), SoCentral og Senter for Sosialt Entreprenørskap og Innovasjon, men også Kirkens Bymisjon trekkes frem som et sentralt bindeledd.

Figur 6: Illustrasjon av sosiale virksomheters tilknytning til nettverk



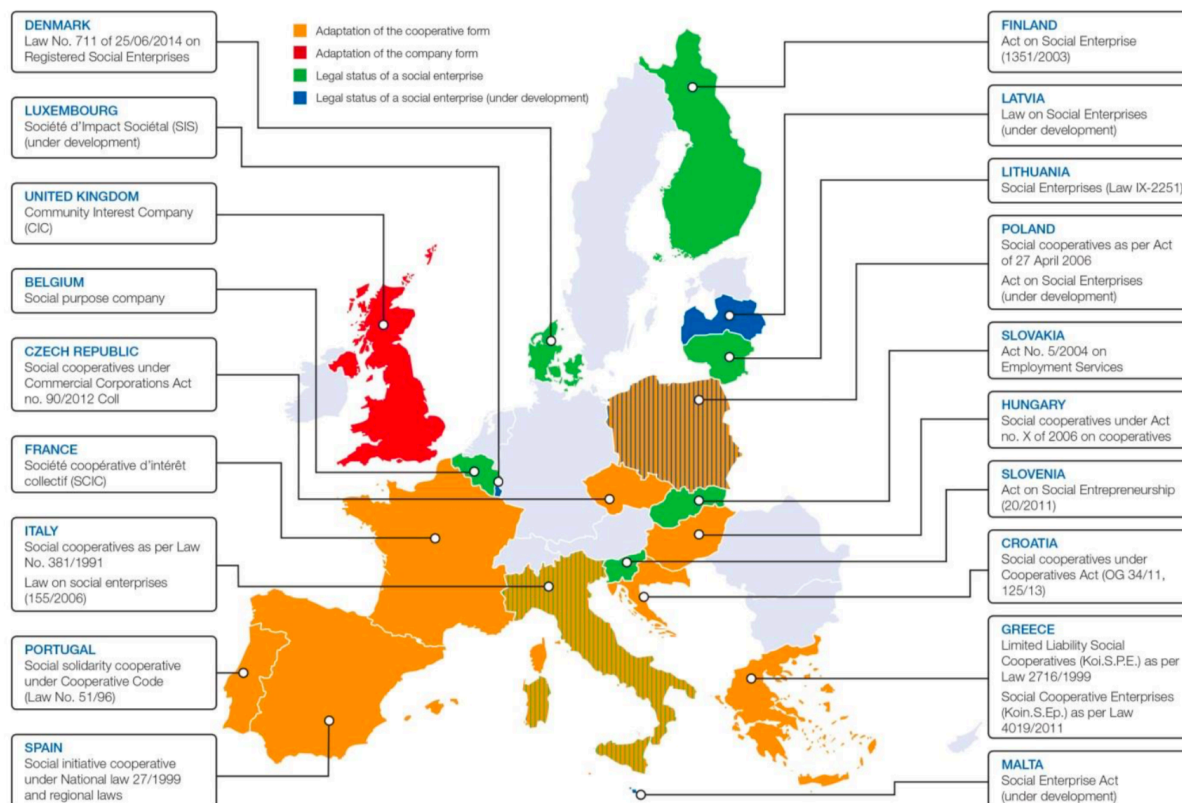
Eimhjellen & Loga (2016, s. 55)

Forøvrig har vi også benyttet denne kartleggingen som vises i figur 6 under rekruttering av våre nøkkelinformanter blant de viktigste aktørene/nettverkene på feltet. Dette omtales videre i kapittel 3.3: *Rekruttering av informanter*.

Rapporten *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe* (European Commission, 2015) er EU-kommisjonens kartlegging av sosialt entreprenørskap og sosiale virksomheter i utvalgte europeiske land. Studien kartlegger de brede konturene av sosiale virksomheters aktivitet og økosystemer i 29 europeiske land. Særlig relevant for vår studie, er kartleggingen av juridiske rammeverk for sosialt entreprenørskap i Europa. Rapporten viser per 2014/2015 at 19 europeiske land har en form for lovgivning som regulerer sosiale virksomheter (se figur 7). EU-kommisjonen beskriver to hovedspor; 1) Det ene hovedsporet baseres på en tilpasning av eksisterende organisasjonsformer som tar de spesifikke trekkene ved sosialt entreprenørskap i

betraktning. I Frankrike, Hellas, Italia og Polen er det opprettet en ny juridisk form for sosiale virksomheter, som er en tilpasning av samvirkeformen. I Storbritannia er det utviklet en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter, som er en tilpasning av aksjeselskapet. 2) Det andre hovedsporet er utvikling av en egen organisasjonsform tilpasset sosiale virksomheter. Belgia, Danmark, Italia, Finlad, Slovakia, Slovenia og Litauen har introdusert selvstendige lovregulerte kriterier for sosial innovasjon som går på kryss av de ulike organisasjonsformene. Disse kan benyttes av ulike typer organisasjoner, så lenge de oppfyller de forhåndsbestemte kriteriene. Andre land som planlegger å innføre dette er Latvia, Luxemburg, Malta, Polen og Tsjekkia. Organisasjonslandskapet i Europa er i stor grad annerledes enn i Norge, noe som må ses i lys av hvordan sosiale entreprenørskap har vokst frem i Europa versus i Norge.

Figur 7: Europeiske land med egne juridiske modeller for sosiale virksomheter



European Commission (2015, s. viii)

Kartet skiller mellom land der 1) sosiale virksomheter er tilpasset samvirket som organisasjonsform (oransje), 2) sosiale virksomheter er tilpasset aksjeselskapsformen (rød), 3) det finnes en egen juridisk form for sosiale virksomheter (grønn) og 4) en egen juridisk form

for sosiale virksomheter er under utvikling (blå). I 2015, da denne rapporten ble utarbeidet, var Norge og Sverige ikke med.

3.3 Rekruttering av informanter

Til forskjell fra kvantitativ forskning, er det i kvalitativ forskning ofte et tema om man har valgt de *rette* casene eller gruppene (Flick, 2007, s. 25). Dette er et spørsmål vi også kan stille oss; har vi valgt de *rette* informantene? Videre nyanserer Flick ved å si at utvelgelse av informanter kan følge ulike logikker. I denne studien bygger rekruttering av informanter på Jacobsen (2015, s. 178-179) sine faser i en utvalgsprosess.

I første omgang diskuterte vi hvilke sosiale virksomheter vi allerede hadde kjennskap til og visste om i eget nettverk. Vi innså at det var for få, med for liten variasjon i organisasjonsform, og søkte derfor til internett for mer informasjon. I dette kartleggingsarbeidet benyttet vi i stor grad ulike sentrale nettverk sine nettsider og undersøkte hvilke virksomheter de hadde i sine porteføljer. Resultatet fra dette søket ble brukt til å kartlegge hvilke organisasjonsformer de sosiale virksomhetene i hovedsak har, og til å lage en oversikt over alle vi kunne tenke oss å intervjuer dersom vi hadde ubegrenset med tid, penger og analysemuligheter (Jacobsen, 2015, s. 179). Vi bestemte oss for å også inkludere deres perspektiv på sosialt entreprenørskap i studien. For å rekruttere andre aktører benyttet vi Eimhjellen & Loga sitt kartleggingsmateriale, der de identifiserer de vanligste aktørene i sosiale virksomheters nettverk. For å sette studien i et tidsperspektiv ønsket vi å ta kontakt med etablerte sosiale virksomheter med aktiv drift. Dette fordi feltet er under stadig utvikling og vi ønsket derfor å se på holdninger hos sosiale entreprenører og andre sentrale aktører i dag.

Etter at vi hadde skaffet oss en oversikt over sosiale virksomheter og bestemt at studien kun skulle inkludere de som faktisk var i drift på dette tidspunktet, måtte vi sette noen kriterier for hvilke informanter vi skulle benytte oss av. Jacobsen (2015, s. 179-180) skriver at disse kriteriene fullt og helt styres av problemstillingen. Vår problemstilling var klar, så et åpenbart kriterium var at informantene skulle falle inn under kategorien sosiale entreprenører. Som tidligere nevnt er det delte meninger om hvilken definisjon som skal benyttes for sosialt entreprenørskap. I denne sammenheng bestemte vi oss for å benytte egenskapene Hulgård (2010, s. 4) trekker frem som de mest sentrale hos sosiale entreprenører. Disse er, som nevnt i

kapittel 2.2 *Sosialt entreprenørskap, en begrepsavklaring*: 1) innovasjonsaspektet, 2) sosialt formål, 3) forretningsdrift og 4) inkludering og medborgerskap. Disse egenskapene har vært med på å bestemme utvalget. I tillegg valgte vi å inkludere andre sentrale aktører på feltet, men forekomsten av disse i Norge er begrenset, så det ble ikke satt noen inkluderings- eller ekskluderingskriterier for disse. Vi valgte også sosiale virksomheter med ulike organisasjonsformer for å få frem variasjon og ulike begrunnelser for valg av organisasjonsform.

I starten av undersøkelsen hadde vi ikke noe fast kriterium og ønsket å sikre nye informanter gjennom eksisterende informanter. Jacobsen (2015, s. 182-183) beskriver denne tilnærmingen som *snøballmetoden*, og trekker dette frem som en fleksibel måte å gjennomføre et kvalitativt opplegg på. Vi tok utgangspunkt i en sentral person innen det sosiale entreprenørskapsfeltet og gjennomførte et intervju med denne personen, heretter kalt *nøkkelperson*. Nøkkelpersonen hadde et stort nettverk og foreslo et par sosiale virksomheter vi kunne kontakte. Disse kontaktet vi og gjennomførte intervjuer med. På samme tid innså vi at snøballmetoden var tidkrevende og for å sikre nok informanter i tide, så vi det som nødvendig å benytte andre metoder.

I henhold til vår sosialkonstruktivistiske tilnærming består vår studie av en case som velges ut basert på spesifikke årsaker (Easterby-Smith et al., 2015, s. 53). Jacobsen (2015, s. 183) skriver at et vanlig utvalgskriterium er tilfeldig utvalg, men det er ingen god løsning når en bare skal trekke ut noen få personer. For å belyse problemstillingen var det behov for informanter med ulike organisasjonsformer, dette for å evne å se et helhetlig bilde av feltet. Vi måtte derfor sørge for at utvalget ikke ble skjevt og vi valgte å trekke inn nye intervjuobjekter fra andre kriterier enn tilfeldig utvalg. Vi gikk dermed tilbake til oversikten vi hadde laget innledningsvis og valgte ut informanter vi mente kunne gi oss mye og god informasjon. Rekrutteringen av informanter basert på dette utvalgskriteriet foregikk hovedsakelig i puljer basert på geografisk plassering. Vi kontaktet en gruppe i Bergen, avtalte og gjennomførte intervju, og repeterte prosessen i Stavanger og Oslo til vi anså utvalget og variasjonen for stor nok. Utvalget ble vurdert stort nok da vi oppdaget at mange av de samme svarene gikk igjen hos informantene og vi opplevde at utvalget var *mettet*. Variasjonen betraktet vi som stor nok da vi hadde sikret oss informanter innen de fleste organisasjonsformene som omtales i kapittel 2.3: *Aktuelle organisasjonsformer*.

Denne prosessen gjorde at vi fikk benyttet den kvalitative metodens fleksibilitet (Jacobsen, 2015, s. 183). Vi startet med ett kriterium, oppdaget at det var tidkrevende og valgte derfor å benytte en annen tilnærming til utvalgsriterier. For å ytterligere beholde fleksibiliteten avtalte vi ikke intervjuer med hele utvalget på en gang, men bare med en liten gruppe først, slik at vi hadde muligheten til å trekke inn andre i en senere fase. Dette var også for å kunne se hva som manglet i utvalget og dermed supplere underveis. For aktørene på feltet hadde vi som sagt ingen utvalgsriter grunnet deres begrensede utbredelse i Norge. Vi benyttet Eimhjellen & Loga (2016) sitt kartleggingsmateriale for å ta kontakt med de som anses som de viktigste på feltet, i tillegg til de vi trodde kunne gi oss god informasjon. Intervjuene med aktørene ble gjennomført som siste del av datainnsamlingen, og vi fikk derfor bekreftet deres relevans gjennom intervjuene med sosiale virksomheter på forhånd.

Figur 8: Beskrivelse av våre sosiale virksomheter

Sosiale virksomheter	Stiftet	Lokasjon	Skalering	Nåværende organisasjonsform	Endret organisasjonsform	Beskrivelse
Folkelig	2013	Bergen	1 avdeling	AS (ideelt)	Tidl. ENK	Utvikler kunnskapsbaserte verktøy for lokalt folkehelsearbeid som bidrar til å redusere sosiale ulikheter i helse
Fra hage til mage	2016	Stavanger	1 avdeling	AS (ideelt)	Nei	Tilbyr matkurs for skoler, barnehager og barn i asylmottak for å tilby dem spennende smaksopplevelser
Dine rotter	2018	Oslo	1 avdeling	AS	Nei	Produserer og omsetter lokal og naturlig mat dyrket etter økologiske prinsipper, samt fremme samarbeid mellom produsent og forbruker i tråd med prinsippene i andelslandbruk
Gatemagasinet Asfalt	2008	Stavanger	1 avdeling	Stiftelse	Nei	Gatemagasin som selges av mennesker med ruserfaring i en vanskelig livssituasjon.
PaaHjul	2013	Stavanger	Flere avdelinger	AS (ideelt)	Nei	Profesjonelt sykkelverksted som gir personer med rusbakgrunn arbeidstrening som kvalifiserer til arbeidslivet. Samarbeid mellom Kirkens Bymisjon og HitecVision
Tillitsperson	2015	Stavanger	1 avdeling	Prosjekt i stiftelsen Kirkens Bymisjon	Nei	Støtte inn mot det offentlige systemet for mennesker i en vanskelig livssituasjon
Moving Mamas	2015	Oslo	Flere avdelinger	AS (ideelt)	Tidl. ENK	Kobler innvandrerkvinner og arbeidsliv gjennom utvikling av mennesker, muligheter, redesignprodukter og gode tjenester
Medarbeiderne	2012	Oslo	1 avdeling	AS (ideelt)	Tidl. FLI	Henter pant, glass- og metallemballasje for å gi arbeid til tidligere rusavhengige. Ønsker å vise hvordan tidligere rusavhengige kan bli ressurssterke arbeidstakere hvis de får fellesskap, ansvar og rammer.
Aktivitetsdosetten	2013	Stavanger	1 avdeling	AS (ideelt)	Tidl. ENK	En metode som sikrer beboere på sykehjem aktiviteter tilpasser deres interesser og behov, med brukerstyring i fokus
Catalysts	2015	Oslo	Flere avdelinger	FLI	Nei	Bygger relasjoner mellom kulturelle grupper i samfunnet for å redusere frafall i skolen og arbeidsledighet blant ungdom med minoritetsbakgrunn, samt skape et inkluderende samfunn der ungdom med minoritetsbakgrunn føler en tilhørighet
Aif AS	1999	Bergen	1 avdeling	Kommunalt eid aksjeselskap	Nei	Gir mennesker en ny mulighet i arbeidslivet og er en samarbeidspartner innen rehabilitering av mennesker med psykisk lidelser og sosiale eller rusrelaterte problemer
Bydelsmødre	2015	Oslo	Flere avdelinger	FLI	Nei	Rekrutterer og utdanner frivillige kvinner som jobber for å få innvandrermødre mer aktive i sitt lokalmiljø

Figur 8 gir en beskrivelse av sosiale virksomheter i vår oppgave. Informasjon knyttet til stiftelsesår er primært hentet fra Brønnøysundregistrene. Det samme gjelder informasjon rundt nåværende organisasjonsform. Tidligere organisasjonsform er oppgitt for de virksomheter hvor informanten har omtalt en endring i intervjuet. Beskrivelsen av virksomheten er basert på informasjon gitt gjennom intervjuene og fra virksomhetenes egne nettsider.

3.4 Bearbeiding og analyse av data

Under analysearbeidet har vi benyttet en metode kalt *the Constant Comparative Method*. På denne måten har vi gjennom hele arbeidet med analysen sammenlignet de mønstrene vi allerede har funnet, med de nye dataene som bearbeides og med tidligere forskning (Hjerm & Lindgren, 2011, s. 88). Bearbeiding og analyse av vårt datamateriale baserer seg på Hjerm & Lindgren (2011, s. 84-136). I vårt tilfelle så vi det ikke nødvendig å kode datamaterialet grunnet oppgavens utstrakte kvalitative karakter, og valgte derfor å kun tematisere.

For å klargjøre til analysen, ble det valgt å transkribere intervjuene. Etter å ha transkribert en del av intervjuene, innså vi at det var lite hensiktsmessig og tidkrevende. Seks av femten intervjuer ble transkribert ordrett, resterende intervjuer ble tatt notater av. Deretter gjorde vi en nøye gjennomgang av tekstmaterialet i sin helhet. Dette gjorde vi ved å lese de transkriberte intervjuene eller notatene, samtidig som vi hørte på lydfilen av intervjuet for å ikke skrelle vekk viktige kontekst- og miljøfaktorer. Under denne gjennomgangen identifiserte vi sitater vi mente var interessante ut fra vår problemstilling. For å kunne presentere temaer i og påstander om datamaterialet som kan forklare og fordype forståelsen av hva som påvirker sosiale entreprenører ved valg av organisasjonsform, ble de sitatene deretter plassert i ulike kategorier eller temaer. Dette gjorde det mulig å redusere dataene til et sett med kategorier. Under denne gjennomgangen sørget vi for å hele tiden forsøke å sammenligne den delen vi holdt på med, med de delene vi allerede hadde analysert. Dette ble gjort for å undersøke om det var mulig å identifisere mønstre. Basert på intervjuguiden som ble utviklet på bakgrunn av tidligere forskning hadde vi allerede noen tema klare, men var også åpen for at nye temaer kunne dukke opp under analysearbeidet. Hjerm & Lindgren (2011) skriver at tematiseringen ikke bare handler om å kunne fremstille en analyse for et publikum, men minst like mye om å strukturere hovedmønstrene for sin egen del. Vi har hatt stor nytte av tematiseringen og det har hjulpet oss å få oversikt over datamaterialet gjennom analysen. Da vi opplevde de ulike temaene som tilstrekkelig mettet, gikk vi videre til den avsluttende delen av analysen. I dette leddet av analysen kunne vi føre sammen resultatene i en sammenhengende struktur og trekke konklusjoner ut fra denne.

3.5 Vurdering av datamaterialets kvalitet

Det er nødvendig å gjøre en vurdering av datakvaliteten for å kunne tolke analyseresultatene på en forsvarlig måte (Grønmo, 2004, s. 238), og vesentlig i denne tolkningen står begrepene validitet og reliabilitet. Easterby-Smith et al. (2015, s. 103) mener at de ulike epistemologiske synene vil føre til at ulike personer benytter ulike kriterier når de bedømmer studiens validitet og reliabilitet, og vi vil i dette kapitelet gjøre en vurdering av validiteten gjennom gyldighet og reliabiliteten gjennom pålitelighet for å forbedre datakvaliteten (Grønmo, 2004, s. 238; Tjora, 2017, s. 231)

3.5.1 Studiens validitet

Hoveddelen av datamaterialet i denne oppgaven kommer som nevnt fra åpne dybdeintervjuer med sosiale virksomheter og sentrale aktører innen feltet. Validitet dreier seg om hvor godt en måler det som en har til hensikt å måle (Gripsrud et al., 2010, s. 61) og validiteten vil i all hovedsak avhenge av utformingen til undersøkelsesopplegget (Grønmo, 2004, s. 221). Som nevnt i kapittel 1.2: *Oppgavens relevans og bidrag til forskningsfeltet* anser vi denne studien som et viktig bidrag til forskningsfeltet, noe som underbygges av den store velviljen vi har møtt hos sosiale virksomheter, og ikke minst hos de sosiale aktørene. Vi har fått tilgang til de aktørene som anses som de viktigste innen feltet sosialt entreprenørskap, og blitt møtt med åpne armer. Noe som også tyder på at informantene synes dette er en viktig problemstilling, er at intervjuene har vart utover avsatt tid, til tross for at informantene på forhånd hadde uttrykt at de hadde begrenset tid til rådighet. Vi har inkludert to perspektiver i studien, både sosiale virksomheter og sentrale aktører sine perspektiver. Med vår sosialkonstruktivistiske tilnærming kan et kriterium for å bedømme validiteten være om vi har inkludert nok perspektiver i studien (Easterby-Smith et al., 2015, s. 103) og vi mener derfor at dette har bidratt til å øke studiens validitet. Vi har dog ikke fått tilgang til noen sosiale virksomheter med samvirke som organisasjonsform. Selv om antall samvirker blant sosiale virksomheter i Norge er lavt, og dette i seg selv er å betrakte som et funn, er dette med på å svekke studiens validitet. Vi tar i betraktning at dersom utvalget hadde bestått av andre informanter, kan det tenkes at ytterligere informasjon ha dukket opp. Det kan også tenkes at et annet utvalg ville gitt andre resultater, men vi anser ikke dette som viktig, da målet uansett ikke er å generalisere.

Ettersom dette er en kvalitativ studie bestående av et relativt lavt antall informanter, vil det naturligvis kunne finnes andre informanter som vektlegger vidt forskjellige faktorer enn informantene i vår undersøkelse. På denne måten ville resultatet av studien kanskje vært et annet. Det må understrekes at vår undersøkelse kun tar utgangspunkt i et lite utvalg sosiale virksomheter i Bergen, Stavanger og Oslo, og dermed ikke representativ for alle sosiale virksomheter i Norge.

I utformingen av intervjuguiden søkte vi først til foreliggende forskning på området. Innsikten vi opparbeidet oss på dette tidspunktet var nyttig i utformingen av en intervjuguide og ga oss en god oversikt over feltet i Norge. Vi gjennomførte også tidlig i prosessen et intervju med en nøkkelperson, for å undersøke om det var flere faktorer som kunne tenkes å ha påvirkning på valg av organisasjonsform. Dette intervjuet bekreftet i stor grad relevansen i de spørsmålene vi allerede hadde utformet basert på tidligere forskning, men fungerte også som en kilde til andre faktorer verdt å undersøke. Dette har vært med på å styrke vår validitet fra et tidlig stadium. Underveis i datainnsamlingen har vi forstått hva som var av relevans, og revidert intervjuguiden deretter. Vi har på den måten blitt gode spørsmålsstillere, noe som bidrar til at validiteten har økt utover i datainnsamlingen. På denne måten har vi utnyttet fleksibiliteten i det kvalitative undersøkelsesopplegget for å styrke studiens validitet (Grønmo, 2004, s. 240). Med bakgrunn i våre erfaringer og vurderinger har vi tilpasset og endret intervjuguiden underveis.

Vi oppdaget tidlig at intervjuguiden i stor grad ble brukt som en veiledning, da informantene fikk fortelle fritt og gi utdypende svar, og på den måten vektlegge det de selv så på som viktig. På denne måten fikk vi bekreftet intervjuguidens relevans, da mye av det informantene vektla som viktig samsvarte med temaene i vår intervjuguide, og vi fikk likevel undersøkt de temaene vi hadde planlagt på forhånd. Det at intervjuguiden fungerte mer som en veiledning enn et fast oppsett med spørsmål, har gitt informantene fritt spillerom til å fortelle om de faktorer som påvirket deres valg. Dette har vært med på å øke validiteten, men senker samtidig studiens reliabilitet fordi det vil være vanskelig å gjenskape samtalene for andre forskere.

En annen faktor som er med på å styrke studiens validitet er at vi ikke opplever at det er andre viktige sosiale virksomheter eller aktører vi burde ha inkludert i vårt utvalg. Vi vurderte datainnsamlingen for å være mettet da vi opplevde at informantene i utstrakt grad gjentok svar andre informanter tidligere hadde kommet med. Vi har også vurdert hvordan bruk av lydopptak

potensielt kan påvirke studiens validitet. Selv om bruk av lydopptak kan begrense hva informantene er komfortable med å dele, er vi ikke av den oppfatning at dette har hatt innvirkning på validiteten. Dette kan begrunnes med at studien i liten grad avdekker sensitiv informasjon og vi mener derfor at lydopptakene ikke har lagt føringer på informantene.

3.5.2 Studiens reliabilitet

Vi vurderer vår studie til å ha relativt lav reliabilitet, særlig fordi intervjuguiden ble benyttet som en guide og ikke som en strukturert utspørring der alle spørsmål ble stilt til samtlige informanter. Reliabilitet handler om i hvilken grad en kan stole på at resultatene er pålitelige (Gripsrud et al., 2010, s. 61) og reliabiliteten er høy hvis to nøyaktig like undersøkelser kommer frem til det samme resultatet uansett hvem som utfører undersøkelsen (Hjerm & Lindgren, 2011, s. 32). Grønmo (2004, s. 228) sier at det i praksis er umulig å gjennomføre datainnsamlinger basert på nøyaktig samme undersøkelsesopplegg i kvalitative studier fordi disse avhenger av *når* studien gjennomføres og av *hvem* som gjennomfører den. For å øke reliabiliteten har vi etterstrebet å dokumentere våre valg og forutsetninger underveis i denne studien (Grønmo, 2004, s. 231). På tross av dette vil måten intervjuene har blitt gjennomført på, gjøre det vanskelig å gjenskape de samme resultatene. Det har blitt hevdet at begrepet reliabilitet ikke er relevant eller fruktbart for kvalitetsvurdering av kvalitative data (Grønmo, 2004, s. 228-229). Vi har derfor ikke prioritert å gjøre videre tiltak som sikrer høy reliabilitet, da vi har ansett det som viktigere å sikre høy validitet.

3.6 Personvern og etiske refleksjoner

Våre primærdata baserer seg i hovedsak på data innsamlet gjennom intervjuer med sosiale virksomheter og sentrale aktører på feltet. Vi har gjort en rekke refleksjoner rundt personvern og etikk knyttet til oppgaven. Før datainnsamlingen startet meldte vi inn studien til Norsk senter for forskningsdata (NSD). Dette ble gjort fordi vi behandler persondata i forbindelse med studien. I forkant av hvert intervju, signerte informantene et samtykkeskjema (vedlegg 3) vi hadde utarbeidet, som opplyste om deres rettigheter, og prosjektets innhold og varighet, og hvordan innsamlet data skulle oppbevares og håndteres. I tillegg tilstrebet vi å bygge tillit hos informantene ved å tydelig informere om prosjektets formål, hvem vi er, hvilken institusjon vi representerer og hvem som er ansvarlig for prosjektet. Informantene ble også informert om at

de til enhver tid har mulighet til å trekke seg fra prosjektet, for hvilken som helst årsak, og sin rett til innsyn i data som omhandler dem selv.

For å sikre korrekte sitater, ønsket vi å benytte lydopptak av intervjuene. Informantene ble følgelig spurt om de samtykket til dette, noe samtlige gjorde. Det ble tydelig kommunisert at alle lydopptak, transkriberte tekster og personidentifiserbare opplysninger slettes etter innlevering av oppgaven. I tillegg har alle informanter det er benyttet sitater fra fått tilbud om å godkjenne disse for korrekt gjengivelse. Forholdsreglene som nevnes over, sammen med innmelding av prosjektet, har til hensikt å sikre studien fra å skade våre informanter på noe som helst måte.

4 Faktorer som påvirker organisasjonsform

I den første delen av analysen vil vi identifisere ulike faktorer som påvirker de sosiale virksomhetene ved valg av organisasjonsform. Informantene beskriver hvorfor de har valgt den organisasjonsformen de har i dag, og hvorfor de har valgt bort enkelte andre former. Vi vil presentere faktorer med påvirkning på de sosiale virksomhetenes organisasjonsform, mens hvordan deres identitet og handlingsmønstre påvirker valget, vil presenteres i henholdsvis kapittel 5 og kapittel 6. Analysen er strukturert i tematiske kapitler basert på konkrete faktorer som påvirker organisasjonsform.

4.1 Reduksjon av risiko

Valg av organisasjonsform vil ha stor betydning for ansvarsforhold, risiko, skatt, krav til innskudd, rettigheter og plikter med mer (Altinn, 2019). En vesentlig faktor som påvirker valg av organisasjonsform blant våre sosiale virksomheter, er reduksjon av risiko. Dette gjelder hovedsakelig virksomhetene som har valgt aksjeselskap, hvor det handler om å redusere den personlige økonomiske risikoen. Over halvparten av virksomhetene i vår undersøkelse er aksjeselskap. Enkelte av disse har tidligere vært registrert som enkeltpersonforetak eller frivillig organisasjon. Flesteparten av disse aksjeselskapene har ideelle innslag i vedtektene og betegner seg derfor som ideelle aksjeselskaper. Særlig virksomheter som har vært organisert som enkeltpersonforetak trekker frem at det var ønskelig å redusere den økonomiske risikoen da de valgte å endre organisasjonsform. I likhet med enkeltpersonforetak, tilhører også aksjeselskap privat sektor, og veien fra enkeltpersonforetak til aksjeselskap er derfor ikke lang. Vi ser at aksjeselskap fremstår som det naturlige valget fordi aksjeselskapet er en egen juridisk enhet og eieren ikke bærer den økonomiske risikoen selv (se figur 1: *Oversikt over de ulike organisasjonsformene brukt i Norge*). Flere av våre informanter forteller at aksjeselskap ble valgt for å redusere personlig økonomisk risiko.

Etterhvert som sosiale virksomheter vokser og ønsker å satse, er det naturlig å anta at det oppstår et behov for å redusere den økonomiske risikoen, særlig den sosiale entreprenørens personlige risiko. I flere tilfeller blant våre informanter er det derfor tatt en beslutning om å opprette et aksjeselskap. En informant i en virksomhet som planlegger å endre organisasjonsform fra

frivillig organisasjon til ideelt aksjeselskap, begrunner endringen med at «... forening er riktignok ikke regulert slik som andre organisasjonsformer [...], men vi vil være ordentlige og sørge for at vi har en organisasjonsform som er litt mer egnet til å vokse» (12). Dette ser vi også hos flere av de sosiale virksomhetene som har endret organisasjonsform fra enkeltpersonforetak til aksjeselskap, med eller uten ideelle vedtekter. Når virksomhetene opplever fremgang, ser de derfor et behov for å skjerme seg selv eller virksomheten fra den økende risikoen forbundet med vekst.

Også hos en av informantene som representerer en stiftelse var det et behov for å redusere risiko. For å skjerme de andre tiltakene i stiftelsen, ble det opprettet en egen juridisk enhet organisert som et ideelt aksjeselskap, eid av stiftelsen. På denne måten forhindres økonomisk belastning på stiftelsen dersom virksomheten skulle gå konkurs, hvor mindre tiltak i stiftelsen kunne blitt skadelidende. Det ble derfor tatt et bevisst valg om å opprette et eget aksjeselskap, i stedet for å opprette det som et prosjekt innad i stiftelsen. Vi ser at mange velger aksjeselskap nettopp for å redusere økonomisk risiko for seg selv eller virksomheten. Dette gjelder i størst grad virksomheter som tidligere har vært registrert som enkeltpersonforetak, men også stiftelse og frivillig organisasjon. Behovet for å redusere den økonomiske risikoen er større for et enkeltpersonforetak enn for andre organisasjonsformer, og flesteparten som trekker reduksjon av risiko frem som en påvirkende faktor er derfor virksomheter som tidligere har vært enkeltpersonforetak.

4.2 Ønske om å styrke egen bestemmelsesrett

En annen vesentlig faktor med påvirkning på valg av organisasjonsform, er et ønske eller behov hos de sosiale entreprenørene om å beholde kontrollen over virksomheten selv. Aksjeselskap er forbundet med en tydelig eier, mens stiftelser, frivillige organisasjoner og samvirker tradisjonelt sett er forbundet med mer demokratiske styresett. Valg av organisasjonsform kan gjøres for å styrke den sosiale entreprenørens bestemmelsesrett.

Flere av informantene uttrykker et ønske om å beholde bestemmelsesretten over egen virksomhet, mens en av informantene påpeker at bestemmelsesrett ikke var en faktor som ble tatt i betraktning ved valg av organisasjonsform. Et ønske om å styrke bestemmelsesretten kommer til uttrykk hos en informant som forteller at noe av det viktigste har vært å sikre at

virksomheten driftes i samsvar med informantens verdier. Den sosiale entreprenøren har opprettet et ideelt aksjeselskap, og ønsker heller å selge virksomheten fremfor å gi fra seg mer enn 50 prosent eierskap i virksomheten. Vi ser også hos andre informanter at det har vært viktig ved valg av organisasjonsform å styrke egen bestemmelsesrett. En informant som vurderte ulike organisasjonsformer, forklarer at aksjeselskap ble valgt til fordel for en frivillig organisasjon for å nettopp styrke sin bestemmelsesrett: «Jeg orket ikke at så mange skulle være med å bestemme, da tror jeg vi ville fått litt dårlig styrefart nå i starten» (11). En annen informant forteller også at aksjeselskap var å foretrekke over medlemsbaserte organisasjonsformer: «Hvis vi skulle hatt medlemmer for eksempel, så er det de som bestemmer i denne forsamlingen og vi var ikke helt klar for å gi vekk 'babyen' vår» (8). Lignende forteller en annen informant at å beholde kontrollen over virksomheten var den viktigste faktoren ved valg av aksjeselskap: «Det viktigste er at vi bestemmer, [...] det handler vel om at du skal ha kontroll på 'babyen' din, jeg ville ikke gi fra meg kontrollen» (10).

Bak bestemmelsesretten som uttrykkes hos noen av informantene, er det likevel et ønske om å inkludere brukergruppen, men de ønsker å selv stå for endelige avgjørelser og strategivalg. En av nøkkelinformantene har erfaring med medlemsbaserte organisasjoner, og har opplevd konflikt blant ivrige medlemmer når viktige avgjørelser skal tas. Som et resultat av dette har nøkkelinformantens virksomhet vært forsiktige med å samarbeide med slike organisasjoner. Nøkkelinformanten uttaler:

Organisasjoner eller medlemsorganisasjoner kan være vanskelig å styre. [...] De har en 'kjempedrive' og masse engasjerte folk, men så kommer en til første konfliktområde og så blir det full krig. [...] Det er lettere hvis en har et aksjeselskap hvor du har en tydelig leder og et styre som faktisk bestemmer ting og sier 'dit skal vi' (14).

Dette forstår vi som et klart uttrykk for at aksjeselskapsformen oppfattes som mer profesjonell og forretningsmessig gunstig. Når en ønsker å drive en virksomhet etter kommersielle prinsipper og skape arbeidsplasser, samt å oppfattes som mest mulig profesjonell, fremstår aksjeselskap som et godt alternativ. Vi ser en oppfatning hos flere av våre informanter av at aksjeselskap fremstår som den mest hensiktsmessige organisasjonsformen når en ønsker å påta seg et arbeidsgiveransvar. Hos et aksjeselskap, som tidligere har vært frivillig organisasjon, kommer et ønske om å fremstå som profesjonell og styrke bestemmelsesretten til uttrykk ved: «Jeg så på dette som en potensiell bedrift og en bedrift styres best av en leder, ikke av et

kollektiv» (10). Informanten forklarer videre at brukergruppen gjorde det utfordrende å fortsette som en medlemsbasert frivillig organisasjon.

Blant de sosiale virksomhetene med tilhørighet i privat sektor, er det en oppfatning av at organisasjonsformer knyttet til frivillig sektor symboliserer interessearbeid. Vi ser at flere informanter gir uttrykk for at de ikke driver med interessearbeid, men virksomheter med mål om å generere inntekt og bli levedyktige på egenhånd, for å oppnå en så profesjonell drift som mulig. Denne oppfatningen finner vi også hos en informant, som er i prosess med å endre organisasjonsform fra frivillig organisasjon til aksjeselskap. Informanten setter det litt på spissen når vedkommende sammenligner profesjonaliteten i aksjeselskap og frivillig organisasjon: «AS gir en fornemmelse av at 'her er det også business' [...], forening gir fornemmelsen av at det er en gjeng som bare sitter og stemmer, jeg skal ikke si uten mål og mening, men uten en forretningsmessig forståelse» (12). Våre funn støtter med andre ord tidligere forskning som finner at bruk av kommersielle metoder og forretningsmodeller, som har til hensikt å generere egne inntekter, medfører en økt grad av profesjonalitet enn virksomheter som hovedsakelig baserer seg på frivillighet (Loga, 2016, s. 41). Aksjeselskap fremstår som en mer profesjonell organisasjonsform enn andre mer ideelle og medlemsbaserte organisasjonsformer.

4.3 Hvorfor velger virksomhetene ideelt aksjeselskap?

En stor del av virksomhetene i vår undersøkelse er organisert som aksjeselskap, og de fleste av disse har ideelle vedtekter. Flertallet betegner seg selv som et ideelt aksjeselskap. Ideelle aksjeselskaper kan juridisk sett ikke skilles fra et kommersielt aksjeselskap, med unntak av vedtektsfestet begrensning i uttak av profitt. Disse vedtektene kan oppheves gjennom en generalforsamling, og det gjøres derfor ikke et juridisk skille mellom de to organisasjonsformene. Så hvorfor velger de sosiale virksomhetene å legge til ideelle vedtekter, når det i juridisk forstand ikke utgjør noen forskjell?

Vi opplever variasjon i årsak til at de sosiale virksomhetene legger til ideelle vedtekter. Noen av virksomhetene la til ideelle vedtekter ved opprettelsen av aksjeselskapet, mens andre gjorde det samme på et senere tidspunkt. Hos de virksomhetene som hadde ideelle vedtekter fra dag

én virker det som ideologi eller deres visjon, opptrer som viktigste faktor for ideelle vedtekter. I ideologi tillegger vi den sosiale entreprenørens overbevisning og verdier, særlig med hensyn på hvordan et eventuelt overskudd skal benyttes. En av informantene som vedtektsfestet utbyttebegrensing ved oppstart, trekker frem virksomhetens motiv og ideologien bak det som viktigste faktor for de ideelle vedtektene. Flere av våre nøkkelinformanter understreker at det er viktig at organisasjonsformen føles riktig for gründeren: «Den sosiale entreprenøren må kjenne litt på hva som føles riktig i situasjonen» (14). Dette er med på å underbygge inntrykket av at indre drivkraft og motivasjon gjør at sosiale virksomheter fatter ideelle vedtekter fordi det stemmer overens med det sosiale formålet.

De virksomhetene som på et senere tidspunkt endret vedtektene, opplyser at dette er gjort med hensyn til andre faktorer, som eksempelvis økonomiske forhold, for å forenkle samarbeid med det offentlige eller for å bedre synliggjøre sitt sosiale formål. En av informantene la til ideelle vedtekter for å forenkle tilgangen til finansieringskilder, mens en annen informant sier: «Jeg la til ideelle vedtekter for å gjøre det mer spiselig for samarbeid med det offentlige» (15). Med dette bekrefter informantene at de ideelle vedtektene ble lagt til av praktiske hensyn, ikke av ren ideologisk overbevisning. En kan altså si at sistnevnte informant opplever et behov for å bedre legitimere sitt sosiale formål overfor det offentlige. Dette støttes av en annen informant, som også gjorde endringer i vedtektene på et senere tidspunkt, og forteller at «... det var for å tydeliggjøre overfor kundene [...] at vi ikke var en 'superkommersiell', kynisk bedrift, som enkelte tydeligvis tror at aksjeselskaper er» (8).

Selv om ideelle vedtekter ikke medfører et juridisk skille fra aksjeselskap, velger likevel flere informanter å gjøre endringer i sine vedtekter. Vi finner at dette i stor grad føles riktig for de sosiale entreprenørene og deres målsetning om å skape sosial effekt. I noen tilfeller blir imidlertid ideelle vedtekter lagt til for å oppfylle krav som stilles for å kunne søke ulike finansieringsordninger. Vi ser også at virksomhetene gjør endringen for å bedre kunne legitimere seg overfor samarbeidspartnere og kunder. Under drøftes disse ulike bestemmelsene for valg av ideelt aksjeselskap.

4.3.1 Ideelle vedtekter for å synliggjøre sitt sosiale formål

Tidligere forskning viser at virksomheter i privat sektor kan legge til ideelle vedtekter for å synliggjøre overfor potensielle kunder og offentlige arbeidsgivere at organisasjonen har et

sosialt formål, i tillegg til det rent kommersielle (Loga, 2016, s. 15). På bakgrunn av dette vil vi undersøke om synliggjøring av det sosiale formålet er en vesentlig begrunnelse for at ideelle vedtekter blir lagt til hos virksomheter registrert som aksjeselskap. Vi finner at flere informanter velger å bli ideelle aksjeselskap for å bedre legitimere seg overfor potensielle kunder og samarbeidspartnere. På tross av at mange velger å legge til ideelle vedtekter nettopp av denne grunn, ser vi at flere av våre informanter likevel opplever å måtte forklare sitt sosiale formål, hva et ideelt aksjeselskap er og hva som skiller det fra et kommersielt aksjeselskap. Folk flest er nok ikke klar over forskjellene på et kommersielt og ideelt aksjeselskap, et poeng som blir bekreftet av en nøkkelinformant som sier:

Hvis du spør en person på gaten om vedkommende kjenner forskjellen på et aksjeselskap og et aksjeselskap med ideelle vedtekter så tror jeg ikke du vil få et svar på det. Det er ikke allment kjent [...]
(3).

Ideelt aksjeselskap er som nevnt tidligere et aksjeselskap med ideelle vedtekter. Vedtektene hindrer aksjonærene fra å ta ut overskudd, men det er derimot ikke noen begrensning i hvor høy lønn en kan ta ut. Dette påpekes av flere informanter. En av dem opplever at de fleste likevel ikke vet forskjell på aksjeselskap og aksjeselskap med ideelle vedtekter, og mener derfor at ideelle vedtekter har lite for seg i synliggjøringen av det sosiale formålet. Informanten mener også at det faktum at virksomheten er et aksjeselskap ikke er ensbetydende med store overskudd, det er heller andre faktorer som bestemmer: «Hadde jeg skulle blitt rik i en fei, hadde jeg begynt med noe helt annet i utgangspunktet. Det er ikke organisasjonsformen som bestemmer det» (11). Med dette synes informanten å mene at det heller er arbeidsområdet til virksomheten som skaper legitimitet, altså det at de arbeider med sårbare grupper i samfunnet. Den samme informanten fortsetter med å fortelle at det er behov for å kommunisere at de er en ideell aktør og bruker mye tid på å forklare hva de er og at de har et ideelt formål: «Mange tror vi er frivillige eller en forening [...], da må jeg forklare at vi først og fremst er en virksomhet som må leve av det vi skaper og vi er derfor organisert som et AS [...]» (11). I en annen virksomhet ble de ideelle vedtektene lagt til for å signalisere overfor kundene at de først og fremst har et sosialt formål. Også her beskriver informanten at det må forklares at virksomheten har et sosialt formål, men driver etter kommersielle prinsipper og derfor må generere inntekt:

Enkelte mener at det er litt for dristig av oss å ta betalt for den jobben vi gjør, siden de er vant med at dette er noe frivillige organisasjoner har gjort tidligere. [...] Dette er litt kjedelig, men da må vi fortelle at vi også trenger lønn (8).

Dette oppleves også av en annen informant, som forteller at mange blir overrasket over at virksomheten har behov for inntekter: «Enkelte av kundene våre i det offentlige blir overrasket over at tjenestene vi tilbyr koster penger. Da må jeg forklare at jeg ikke skal gjøre meg rik på målgruppen, men dette er jobben min og jeg må ha lønn» (15). Samtidig forteller en annen informant at hvilken organisasjonsform virksomheten har, sjeldent har vært et tema. Så lenge informanten har forklart hva de jobber med og hva de står for, stiller de fleste seg positive til virksomheten uavhengig av organisasjonsform. Også en av nøkkelinformantene, som representerer offentlig sektor, deler oppfatningen om at organisasjonsform har liten betydning for legitimering av det sosiale formålet. Nøkkelinformanten sier at det er avgjørende at de sosiale virksomhetene «... klarer å tydeliggjøre hva de er, hvorfor de er sosiale entreprenører, hva det betyr, [...] hva kompetansen deres er, kvaliteten på leveransene og hvordan de produserer» (5). Heller enn organisasjonsform, vektlegger nøkkelinformanten profesjonalitet og evnen til å selge den delen av virksomheten på en troverdig måte, som kvaliteter som gir legitimitet. I tillegg mener vedkommende at de sosiale virksomhetene må klare å være tydelige og dermed skape tilliten som trengs overfor offentlig sektor.

Vi finner at våre informanter i virksomheter organisert som aksjeselskap, med eller uten ideelle vedtekter, opplever et større behov for å legitimere seg eller sitt sosiale formål sammenlignet med sosiale virksomheter som er organisert som stiftelser eller foreninger. Informantene oppfatter at disse organisasjonsformene ikke trenger å forklare sine sosiale formål i like utstrakt grad. Annen forskning vektlegger også at disse organisasjonsformene gir virksomhetene en tilhørighet i frivillig sektor, og bidrar dermed til å lettere synliggjøre virksomhetens sosiale formål (Loga, 2016). En av våre informanter stiller seg kritisk til at organisasjonsformer tilhørende frivillig sektor automatisk gir legitimitet og mener at det er naivt å tillegge virksomheter legitimitet kun basert på organisasjonsform. Informanten mener at det heller er hensiktsmessig å gjennomføre undersøkelser av virksomhetene, og trekker frem Stiftelsen Fyrlykta⁶ som et eksempel der organisasjonsformen har gitt falsk legitimitet. På den andre siden

⁶ Stiftelsen Fyrlykta leverer tiltak innen barnevernsfeltet og har fått avtaler med det offentlige på premisset at de var en ideell aktør. Det hevdes at stiftelsen har drevet med utdeling av ulovlige midler og det pekes på mulige brudd på stiftelsesloven (Deloitte, 2017).

mener en av informantene at et aksjeselskap, i dagens *klima*, kan oppnå tilnærmet like stor legitimitet som andre, mer ideelle organisasjonsformer. Her trekkes aksjeselskapsformens transparens frem som en fordel. Videre finner vi at arbeidet de sosiale virksomhetene gjør lett kan bli forvekslet med det arbeidet frivillige organisasjoner gjør. For enkelte personer kan det virke som en selvfølge at disse tjenestene ikke faktureres. Dette kan illustrere det som i teorikapittelet belyses som dilemmaer knyttet til institusjonelle logikker (kapittel 2.4.2: *Hybride institusjonelle logikker*). Dette vil bli videre diskutert i kapittel 6. I Norge er den frivillige medlemsmodellen veletablert, og mange ser sosiale virksomheter i lys av denne. Informantene våre har ikke en målsetting om store overskudd og rikdom, men må likevel tjene til livets opphold. På tross av at de har ideelle vedtekter, må de likevel bruke mye tid på å forklare sine sosiale og økonomiske mål.

4.3.2 Ideelle vedtekter for å registrere seg i frivillighetsregisteret

Basert på tidligere forskning vil vi undersøke om ulike finansieringsmåter har påvirkning på valg av organisasjonsform (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 33; Loga et al., 2016, s. 63). Vi spurte de sosiale virksomhetene om de hadde tatt i betraktning hvilke finansieringskilder de kunne benytte seg av før de valgte organisasjonsform. Vi finner kun denne faktoren som avgjørende hos én informant, som forteller at ideelle vedtekter ble lagt til aksjeselskapet primært for å utløse støtte. Likevel var en annen informant av den oppfatning av at ideelle vedtekter kunne forenkle finansiering, men dette var ikke en av de avgjørende faktorene for valg av ideelt aksjeselskap.

I undersøkelsen nevner flere informanter at ulike finansieringsordninger fordrer registrering i frivillighetsregisteret⁷. Informanten som primært la til ideelle vedtekter for å sikre finansiering, forteller følgelig at finansieringsordningen krevde registrering i frivillighetsregisteret og at det var den egentlige årsaken for å vedtektsfeste at det ikke skulle tas ut utbytte. Lignende forteller en annen informant at det i liten grad stilles krav til organisasjonsform av ulike tilskuddsordninger i privat og offentlig sektor, men at det ofte stilles krav om å være registrert i frivillighetsregisteret. For å søke til en finansieringsordning som krever denne registreringen, løste virksomheten dette ved å opprette et av prosjektene som frivillig organisasjon, for å deretter kunne registrere det i frivillighetsregisteret. På dette tidspunktet hadde ikke

⁷ For å kunne registrere virksomheter i frivillighetsregisteret må virksomheten drive frivillig virksomhet og ha et eget styre. Det er kun foreninger, stiftelser eller ideelle aksjeselskap som kan registreres, og virksomheten kan ikke dele ut midler til fysiske personer (Brønnøysundregistrene, 2018).

virksomheten ideelle vedtekter og kunne derfor ikke registreres i frivillighetsregisteret. Informanten opplever søknadsprosesser for ulike finansieringsordninger som lite nyansert i forhold til organisasjonsform og sosialt formål, og det sjeldent tas hensyn til mangfoldet som finnes hos de ulike sosiale virksomhetene. Mangel på nyansering kan skyldes at virksomhetene ofte må fylle ut et skjema, og ikke er i kontakt med en fysisk person. En av våre nøkkelinformanter stiller seg spørrende til bruk av frivillighetsregisteret som kriterium for ulike støtteordninger:

Mange sosiale virksomheter som er registrert i frivillighetsregisteret, har ikke én eneste frivillig ansatt. Størstedelen av de som er frivillig registrert, har ingenting med frivillighet å gjøre i det hele tatt. Det er veldig merkelig! (14).

Disse utsagnene bidrar samlet til vår oppfatning om at det indirekte stilles krav til organisasjonsform fra finansieringskilder, fordi frivillighetsregisteret fordrer frivillig virksomhet eller ideelle vedtekter. Samvirke og rene aksjeselskap faller på denne måten utenfor flere tilskuddsordninger. Likevel har ingen av våre informanter valgt bort samvirke som organisasjonsform basert på dette, mens flere virksomheter registrert som aksjeselskap har gjort endringer for å tilpasse seg. Vi forstår det slik at denne registreringen ikke har noen reell funksjon for de sosiale virksomhetene, foruten at den muliggjør å søke ulike tilskuddsordninger. En av informantene beskriver denne ordningen som en «[...] tulleting [...]» (11) og ser ingen annen nytte av å være registrert i frivillighetsregisteret enn at en kan søke midler. Likevel velger mange å registrere seg, og vi oppfatter det som en tilpasning fra de sosiale virksomhetene sin side. På denne måten fremstår ideelle vedtekter som en endring gjort på papiret, og har ellers liten eller ingen implikasjon på drift i virksomheten. Motivasjonen hos informantene fremstår som den samme, både før og etter endringen. Vi anser ikke krav til organisasjonsform hos ulike finansieringskilder som sentralt når virksomhetene velger organisasjonsform, men at de derimot tilpasser seg ved å legge til ideelle vedtekter og registrere seg i frivillighetsregisteret.

4.4 Nettverkets påvirkning på valg av organisasjonsform

Våre sekundærdata viser at en stor del av sosiale virksomheter inngår i nettverk eller samarbeidsplattformer for sosiale virksomheter eller innovasjon (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 54). Basert på dette funnet, vil vi undersøke om de sosiale virksomhetene i vår studie har

opplevd påvirkning fra deres respektive nettverk i beslutningen om organisasjonsform. Sosialt entreprenørskap som felt er relativt nytt, og det er derfor naturlig for oss å anta at de sosiale virksomhetene vil søke råd hos nettverkene, og dermed la seg påvirke. Vi ser at flere sosiale virksomheter har mottatt juridisk veiledning fra rådgivende selskaper tilknyttet deres nettverk, mens andre har opplevd påvirkning fra nettverket i form av råd fra en eller flere personer eller i form av krav til organisasjonsform for å være en del av nettverket. Dette ser vi hos en av informantene som beskriver nettverket som en sentral pådriver for et skifte i organisasjonsform, i dette tilfellet fra enkeltpersonforetak til aksjeselskap. Informanten mottok deretter hjelp fra en konsulentvirksomhet og oppsøkte ulike aktører for å skaffe seg informasjon. Inntrykket informantene satt igjen med var at de fleste anbefalte aksjeselskap som det mest gunstige organisasjonsformen. Vi ser også at en av de andre informantenes nettverk har hatt påvirkning til valg av ideelt aksjeselskap i form av medlemskrav i nettverket: «[aktøren] er opptatt av at det skal være sosialt entreprenørskap, så da valgte vi ideelt AS som organisasjonsform» (13). En annen informant opplevde derimot ikke påvirkning fra nettverket når det gjaldt opprettelsen av et aksjeselskap, men ble senere gjort oppmerksom på at de kunne legge til ideelle vedtekter av personer i deres nettverk. I et forsøk på å hjelpe sosiale virksomheter med å gjøre et valg de selv kan stå for, har en av nøkkelinformantenes virksomhet utviklet en veileder i samarbeid med et advokatselskap. Denne veilederen drøfter hva de sosiale virksomhetene bør tenke på før de velger organisasjonsform og lister fordeler og ulemper ved de ulike organisasjonsformene.

Vi finner at nettverkene våre sosiale virksomheter inngår i, i noe varierende grad, har påvirket til valg av organisasjonsform. Dette fremstår likevel ikke som en av de viktigste faktorene. Flere av nettverkene de sosiale virksomhetene inngår i tilbyr juridisk rådgivning hos konsulentselskaper, men ønsker å fungere mer som rådgivere fremfor påvirkere. Valget skal til syvende og sist skal ligge hos den sosiale entreprenøren.

4.5 Misoppfatninger og mangelfull informasjon på feltet

Sosialt entreprenørskap er et ungt felt i Norge, og selv om fenomenet ikke er nytt, er begrepsbruken knyttet til feltet det (Dees, 1998, s. 1). Fordi feltet er ungt og det enda foreligger få rammer, fremstår det for oss som det er utilstrekkelig informasjonstilgang på feltet. Vi ser at dette i noen tilfeller bidrar til at det foreligger misoppfatninger, særlig rundt organisasjonsform.

Flere av våre informanter og nøkkelinformanter har for eksempel en oppfattelse av at Ferd SE stiller krav til at organisasjonsformen *skal* være aksjeselskap, med eller uten ideelle vedtekter, for å bli en del av porteføljen. I intervjuet vi har gjennomført med Ferd SE, avkreftes dette. Vår nøkkelinformant hos Ferd SE forteller at de vektlegger at virksomhetene skal ha en innsats som gir en tydelig sosial effekt. Nøkkelinformanten utdyper med å si: «Vi foretrekker aksjeselskap, nettopp fordi det er ryddig, det er enkelt å forholde seg til og det passer med det vi kan, men vi utelukker ikke andre organisasjonsformer». De foretrekker altså aksjeselskap, men utelukker ikke virksomheter med andre organisasjonsformer.

Våre sekundærdata viser at Ferd SE er den mest sentrale nettverksaktøren innen sosialt entreprenørskap i Norge, og flere av våre informanter og nøkkelinformanter mener Ferd SE er den største bidragsyteren til videre utvikling av feltet. Vi ser derfor på misoppfattelsen rundt kravet om aksjeselskap som et klart tegn på at det eksisterer tvetydig informasjon på feltet. Det er også en misoppfattelse av at det er et krav fra Innovasjon Norge om aksjeselskap som organisasjonsform for å motta støtte. Vår nøkkelinformant hos Innovasjon Norge avkrefter dette og forteller at de heller vektlegger at ideen virksomheten bidrar med er unik og innehar et skaleringspotensial, samt en gjennomføringsevne hos den sosiale entreprenøren. Nøkkelinformanten hos Innovasjon Norge mener derfor at «... organisasjonsform er irrelevant». Vi ser at *våre* nøkkelinformanters virksomheter ikke stiller krav til organisasjonsform hos de sosiale virksomhetene de samarbeider med, men vi har ikke innhentet informasjon om hvilke krav som foreligger hos andre aktører på feltet. Vi kan derfor ikke si at organisasjonsform *ikke* setter begrensninger for samarbeid med aktører utover de vi selv har intervjuet.

Misoppfatninger om hvilke krav som foreligger hos ulike aktører, er etter vår mening med på å drive feltet i en retning hvor ideelt aksjeselskap blir sett på som den mest *riktige* organisasjonsformen for sosiale virksomheter for å oppfylle krav til samarbeid. I flere av intervjuene ser vi en oppfattelse hos de sosiale virksomhetene av at ideelt aksjeselskap er organisasjonsformen som bør benyttes. I tillegg oppfatter vi en usikkerhet rundt begrepet *sosialt entreprenørskap* hos enkelte informanter, og da særlig knyttet til forskjellen på sosialt entreprenørskap som begrep og ideelt aksjeselskap som organisasjonsform. For oss fremstår det som flere informanter ser på ideelt aksjeselskap som ensbetydende med sosialt entreprenørskap og omvendt. Enkelte informanter skiller i liten grad konsekvent mellom sosialt entreprenørskap og ideelt aksjeselskap.

4.6 For enkelhets skyld velges stiftelse bort

Stiftelse er en organisasjonsform som plasserer virksomhetene i frivillig sektor, og kan derfor bidra til å lettere synliggjøre det sosiale formålet. Likevel ser vi at få av våre informanter velger stiftelse, og vi stiller derfor spørsmål ved hvorfor de sosiale virksomhetene velger andre organisasjonsformer over stiftelsesformen. Det store kapitalkravet⁸ ved opprettelse av en stiftelse kan være en påvirkende faktor til at stiftelse blir valgt bort. Blant våre informanter ser vi flere årsaker til at de ikke velger stiftelse. Vi ser at denne organisasjonsformen oppfattes som komplisert, trolig fordi få er kjent med organisasjonsformen fra før.

Hos en informant får vi bekreftet at det store kravet til egenkapital var en av faktorene til at stiftelse ble valgt bort som organisasjonsform. Den sosiale entreprenøren hadde ikke denne kapitalen ved oppstart, noe som medvirket til at informanten valgte å opprette et aksjeselskap til fordel for en stiftelse. I tillegg påpeker informanten at stiftelse er en innordning laget for å forvalte en formue, mens aksjeselskap er en innordning tiltenkt økonomisk virksomhet, noe som passet bedre med informantens motivasjon. Følgelig trekkes legitimitet frem som en fordel ved stiftelse, men trumfes av et ønske om å styrke egen bestemmelsesrett. Informanten valgte å registrere virksomheten som et ideelt aksjeselskap og sier: «Fordelen med AS er at vi får velge styret selv, og den er større enn nedsiden ved å ikke ha like stor legitimitet som en stiftelse ville hatt». Nettopp på grunn av legitimiteten en stiftelse gir er det fristende for sosiale virksomheter å velge organisasjonsformen. En nøkkelinformant med god innsikt i feltet har inntrykk av at:

[...] stiftelser er fristende å gå inn i, men forferdelige å komme seg ut av. Jeg vet at organisasjoner som selv har vært stiftelser, fraråder andre sosiale virksomheter fra å bli stiftelser. En må legge ned hele driften for å gjenoppstå som organisasjon (5).

Også en annen nøkkelinformant råder sosiale virksomheter til å tenke nøye gjennom hvilke konsekvenser valg av organisasjonsform kan føre til, og påpeker i likhet med nøkkelinformanten over at det er vanskelig å endre organisasjonsform fra stiftelse til en annen organisasjonsform når valget først er tatt. Selv om stiftelse er forenlig med sosiale virksomheters ønske om å oppnå en sosial effekt, virker det på oss at det eksisterer holdninger blant andre aktører som fraråder valg av stiftelse som organisasjonsform. Vi er under inntrykk

⁸Krav til oppstartskapital i en næringsdrivende stiftelse er kr 200 000.

av at stiftelse gir de sosiale virksomhetene fordeler når det kommer til legitimering, men at det likevel krever en nøye avveining før en beslutning fattes.

Gjennom intervjuene med de sosiale virksomhetene bekreftes det av en informant at stiftelse oppleves som «[...] tungvint og omstendelig» (13). Vi tror at dette kan skyldes at enkelte er lite kjent med organisasjonsformen, noe som også bekreftes av en informant i en stiftelse. Denne informanten var på forhånd kjent med stiftelse som organisasjonsform og begrunner valget med at det virket trygt. Stiftelsesloven regulerer uttak av profitt, og skaper derfor en trygghet hos informanten som forteller at «... ankepunktet var at dersom vi skulle gå med overskudd, så ligger det klare føringer på hva overskuddet skal brukes til ...» (6). På denne måten kan en sikre at overskuddet investeres i målgruppen og ikke styres av økonomiske interesser, og omstendeligheten som trekkes frem ved stiftelse blir sett på som en fordel. Her ser vi en begrunnelse som tar høyde for at ideelle aksjeselskaper i teorien kan endre de ideelle vedtektene på et senere tidspunkt. For andre ses stiftelse på som tungrodd, og aksjeselskap velges for å få en mer smidig organisasjon.

4.7 Demokratisk deltakelse og involvering

I lys av Hulgårds (2010) definisjon av sosialt entreprenørskap, ser vi at de forskjellige organisasjonsformene muliggjør demokratisk deltakelse og involvering i ulik grad. Samvirker og frivillige organisasjoner er medlemsbaserte organisasjonsformer, og gir derfor større mulighet for medborgerskap og inkludering. Samvirke er, sett i forhold til Sør-Europa, i liten grad benyttet innen velferdsproduksjon i Norge (Loga, 2016, s. 21). I europeiske land med mindre velferdsstat kan for eksempel barnehagetilbud være organisert som samvirker. I Norge er disse enten organisert som et offentlig tilbud eller som en privat bedrift (Hulgård, 2010). Derimot har Norge en bredere tradisjon for frivillige organisasjoner, og mange i Norge er derfor kjent med den medlemsbaserte frivillige organisasjonsformen. En informant beskriver blant annet frivillig organisasjon som «[...] rask, billig og enkel» (12) å opprette og et «[...] veldig greit lavterskeltilbud jeg er glad eksisterer» (12). På denne måten kan mange sosiale virksomheter som ønsker å forsøke seg, etablere seg som frivillig organisasjon. Det er i tillegg ingen krav til oppstartskapital forbundet med denne organisasjonsformen.

Likevel ser vi at våre informanter i stor grad vektlegger å styrke egen bestemmelsesrett ved valg av organisasjonsform og frykter at slike demokratiske styreformer kan føre til konflikt. En av informantene som representerer et ideelt aksjeselskap, men som tidligere var en frivillig organisasjon, poengterer nettopp dette: «Med en gang du oppretter en forening gir du fra deg [all kontroll] til medlemmene, og i utviklingen av en bedrift vil det fort føre til en konflikt» (10). Også et annet ideelt aksjeselskap opplever frivillig organisasjon som et «[...] alt for demokratisk styresett», og forteller at forening ble valgt bort til fordel for aksjeselskap. Informanten sier: «Dersom virksomheten hadde vært organisert som en forening, tror jeg vi hadde fått litt dårlig styrefart nå i starten» (11). Vi finner derfor at våre informanter vektlegger det problematiske ved denne demokratiske involveringen. I tillegg mener vi at en ikke bør undervurdere hvor mye tid og krefter de sosiale entreprenørene legger i sine virksomheter, noe som uttrykkes ved at flere av våre informanter omtaler virksomheten som *babyen* deres, og opplever at det er utfordrende å gi fra seg kontrollen over virksomheten. Samvirke og frivillig organisasjon er demokratiske organisasjonsformer, og få av våre informanter ser derfor på disse som gunstige organisasjonsformer for forretningsdrift.

Våre funn står dermed noe i kontrast til tidligere forskning i Norge (Kobro et al., 2017; Loga et al., 2016). Her vektlegges at demokratisk deltakelse og involvering er sentralt for norske sosiale virksomheter. Våre informanter vektlegger heller de problematiske sidene ved demokratisk beslutningsstruktur i organisasjonene.

4.8 Få samvirker i Norge

Vi har i rekrutteringen av informanter opplevd utfordringer med å finne sosiale virksomheter i form av samvirker. Av våre sekundærdata ser vi at det er ytterst få sosiale virksomheter som er registrert som samvirke. Både blant Eimhjellen & Loga (2016) og Kobro et al. (2017) sine respondenter er kun 1 prosent organisert som samvirker. Kobro et al. (2017) stiller seg spørrende ved hvorfor ikke flere virksomheter velger samvirke som organisasjonsform og foreslår som forklaring at organisasjonsformen er lite kjent eller at det faller utenfor arbeids- og velferdsdirektoratets tilskuddsordning for sosialt entreprenørskap. Vi tror imidlertid at forklaringen også må ses i lys av den historiske konteksten. Samvirker har tradisjonelt blitt sett innen bonde- og arbeiderbevegelsen i Norge, men i liten grad i velferdsproduksjonen slik det har vært i andre europeiske land (Loga, 2016, s. 21). Det finnes med andre ord en svak grobunn

for bruk av samvirke til sosiale formål i Norge, selv om det finnes eksempler fra arbeiderbevegelsen før velferdsstaten ble utbygd (Loga, 2018).

Selv om samvirke i noen tilfeller faller utenfor enkelte finansieringsordninger, ønsker vi å poengtere at dette også gjelder for aksjeselskap. En rekke private finansieringsordninger krever registrering i frivillighetsregisteret, hvor kommersielle aksjeselskap ikke kan registrere seg. Likevel velger 25 prosent⁹ å registrere seg som aksjeselskap. Ingen av våre informanter er registrert som samvirke, og svært få sier at de har vurdert samvirke som organisasjonsform. En av våre nøkkelinformanter mener at flere bør sette seg inn i samvirke fordi elementer av samfunnsnyttene er inkorporert i modellen og gir et inntrykk av at entreprenøren ikke gjør det for å berike seg selv. Vedkommende foreslår at hovedgrunnen til at få velger samvirke ligger i mangelen på kunnskap og at en får lite informasjon om organisasjonsformen og oppsummerer det hele med å si: «Ting en vet lite om, er en ofte mindre interessert i» (2). Vi kan dermed slutte oss til Kobro et al. (2017) sin antakelse om at samvirke er en lite kjent organisasjonsform i økosystemet blant sosiale virksomheter i Norge.

4.9 En egen organisasjonsform for sosiale virksomheter?

I forskningslitteraturen stilles det spørsmål om opprettelse av en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter kan bidra til en oppblomstring på feltet i Norge, slik en ser i andre land (Loga et al., 2016). I EU-rapporten som presenteres som sekundærdata i denne oppgaven, ser vi at mange europeiske land allerede har utviklet egne organisasjonsformer eller juridiske rammeverk for sosialt entreprenørskap (European Commission, 2015). For å synliggjøre særpreget ved sosiale virksomheter foreslår Loga et al. (2016) i deres rapport at en kan utvikle en egen organisasjonsform med tilhørende rettslig rammeverk, dersom formålet er å forenkle et komplekst felt og synliggjøre en ny type hybride organisasjoner.

Vi ser at flere av de sosiale virksomhetene i vår studie ønsker en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter. Begrunnelsene for dette ønsket varierer fra å tydeliggjøre virksomhetens sosiale formål, til å unngå negativ omtale i media.

⁹ Tall hentet fra Eimhjellen & Loga (2016, s. 41).

Det er særlig virksomhetene organisert som aksjeselskap, med eller uten ideelle vedtekter, som ønsker en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter. Dette er forøvrig den samme gruppen som opplever at de må forklare og legitimere seg og deres sosiale formål. Vi har derfor spurt våre informanter om de savner en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter og hvilke tanker de har rundt dette. De som stiller seg positive til en egen organisasjonsform mener det vil gjøre det lettere å tydeliggjøre at det sosiale formålet kommer i første rekke. Også en av nøkkelinformantene fra offentlig sektor tror en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter hadde vært en fordel:

Sånn som det er i dag, er det mye usikkerhet rundt hvem de sosiale virksomhetene er. Hvem er den hybride organisasjonen? Er de frivillige? Er de i ideelle? Er de 'rå pengemaskiner'? Hvordan skal vi egentlig forholde oss til dem? En opprydning der hadde nok vært fint for kjøpersiden også (5).

Som en representant fra det offentlige er informanten av en oppfatning at feltet er for komplekst, og det er derfor utfordrende å forholde seg til de sosiale virksomhetene. Dette er med på å forsterke behovet de sosiale virksomhetene har for å forklare deres motiv. En informant fra en frivillig organisasjon tror at en egen organisasjonsform hadde redusert dette forklaringsbehovet:

Jeg tror en egen organisasjonsform alle var innforstått med ville gjort det lettere for sosiale entreprenører. Nå har feltet kommet så langt, at tiden er kanskje inne for å se på en egen organisasjonsform for sosiale entreprenører (12).

Sosialt entreprenørskap som felt er i utvikling, og flere andre land har utviklet egne organisasjonsformer eller juridiske rammeverk. Vi mener at i utviklingen av en slik organisasjonsform kan ses til andre europeiske land for inspirasjon, men at den likevel bør skje med utgangspunkt i norsk kontekst, med hensyn på norske tradisjoner.

En del av forklaringsbehovet de sosiale virksomhetene opplever kan knyttes opp mot negativ medieomtale av sosiale virksomheter, der begreper som *velferdsprofitor* og *nødsprofitor* ofte benyttes¹⁰. Selv om vi finner at våre sosiale virksomheter i liten grad har kjent denne debatten på kroppen, registrerer de fleste at det har vært en pågående debatt og er derfor redd for å bli stemplet som *velferdsprofitorer*. En av våre informanter i et ideelt aksjeselskap, ønsker en egen

¹⁰ For eksempler, se bøkene *Velferdsprofitorerne* (Herning, 2015) og *Omsorgsindustrien: utenforskapet og nødsprofitorerne* (Mathiesen, 2015).

organisasjonsform for sosiale virksomheter og tror et slikt regelverk hadde vært nyttig for å unngå negative medieomtaler. Sosiale virksomheter har ofte arbeidsområder hvor det er lite legitimt å søke profitt (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 68), og en av nøkkelinformantene påpeker at de sosiale virksomhetene føler seg truffet fordi «... den politiske debatten har blitt mer synlig og begrepet er blitt veldig negativt ladet» (14). Våre informanter føler seg i liten grad truffet av velferdsprofitørbegrepet, men de kjenner debatten og har en frykt knyttet til en slik offentlig omtale.

Som nevnt tidligere har flere av de sosiale virksomhetene ideelle vedtekter av ulike årsaker. En av disse informantene trekker frem at en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter ville vært fordelaktig for å tydeliggjøre at de ideelle vedtektene ikke kan endres:

Jeg kunne tenkt meg en egen organisasjonsform fordi det ville gjøre det lettere å kommunisere at de ideelle vedtektene ikke kan endres. En egen organisasjonsform ville være et varig ideelt AS (8).

Vi ser for oss at en egen organisasjonsform kan gi potensielle kunder og oppdragsgivere en trygghet om at de ideelle vedtektene ikke fjernes etter at virksomhetene har mottatt støtte eller midler som krever vedtektsfestede begrensninger i uttak av profitt. For mange er dette prinsipielt viktig og en egen organisasjonsform, avhengig av utforming, ville kanskje bidra til en trygghet om at virksomhetene ikke tar ut overskudd. En egen organisasjonsform for sosiale virksomheter kan også bidra til å utjevne forskjeller mellom sosiale virksomheter, og gjøre en forenkling av feltet. En informant forteller at det er tilfeldig og ofte ujevnt fordelt hvilke *goder* som tilfaller sosiale virksomheter:

[...] det er litt urettferdig, fordi vi definerer oss som ideelle sosiale entreprenører og har fått skattefritak på overskuddet. Dette er det gjerne andre som ikke får, men som burde fått. Noen ville kanskje prøvd å få det, men burde ikke fått det. Jeg vet ikke, det er nesten et spørsmål om ideologi, men også et juridisk spørsmål (10).

Informanten ønsker en bedre utjevning av forskjellene mellom sosiale virksomheter, og mener dagens ordning fører til forskjellbehandling. Med en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter, som det gis fordeler ved å ha, må det nødvendigvis stilles krav for å benytte seg av den. Informantene er delt i diskusjonen om det skal opprettes en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter, og argumenterer med fordeler og ulemper ved det (se figur 9).

4.10 Oppsummering

I et forsøk på å sammenfatte og gi en oversikt over våre funn, presenterer vi i figur 9 en skjematisk fremstilling av hvilke faktorer våre informanter vektlegger som vesentlige argumenter for og mot de ulike organisasjonsformene. Vi understreker at den oppsummerende fremstillingen kun er gjeldende for våre informanter og er dermed ikke uttømmende for alle sosiale virksomheter i Norge.

Figur 9: Oppsummert fremstilling av argumenter for og mot de ulike organisasjonsformene

Organisasjonsform	Argumenter for	Argumenter mot
AS	Profesjonalitet Personlig risiko reduseres Kontroll over eget selskap	Vanskelig å tydeliggjøre det sosiale formålet
Ideelt AS	Innpass i frivillighetsregisteret Skaper legitimitet Ellers som AS	Skaper ikke nok legitimitet, må likevel forklare deres sosiale formål
Stiftelse	Klare føringer på uttak av overskudd	Omstendelig Kostbart å opprette
FLI	Raskt og enkelt å opprette Ingen krav til kapital Typisk norsk	Fremstår som uprofesjonelt For demokratisk
Samvirke	Samfunnsnyttene er inkorporert i modellen Inntrykk av at det ikke skaper personlig berikelse	For demokratisk Lite kjent Kan ikke registreres i frivillighetsregisteret
Egen organisasjonsform for sosiale virksomheter	Kommuniserer det sosiale formålet Omdømme Låse vedtekter ved uttak av profitt Standardise og utjevne feltet	Reduserer mangfoldet

Oppsummeringen viser begrunnelser for og imot de ulike organisasjonsformene. Også når det gjelder en egen organisasjonsform, er det heller ikke enighet om nødvendigheten av det.

5 Hybriditet i organisasjonsidentitet

De sosiale virksomhetene definerer seg både som entreprenørielle og sosiale, og preges ofte av flere identiteter (Austin et al., 2006, s. 3; Albert & Whetten, 1985 referert i Moss et al., 2011, s. 807). I denne oppgaven har vi vært opptatt av å undersøke hvordan de sosiale entreprenørenes identiteter påvirker valg av organisasjonsform. Vi vil derfor gjøre rede for hvordan våre informanternes identitet kommer til uttrykk ved å se på hvordan og hvorfor virksomhetene har tatt beslutningene (Dutton & Dukerich, 1991, s. 527).

5.1 Identiteter blant de sosiale entreprenørene

Sosiale virksomheter preges gjerne ikke av én enkelt identitet, men av flere identiteter, som vanligvis ikke ville eksistert side om side under normale omstendigheter (Albert & Whetten, 1985 referert i Moss et al., 2011, s. 807). Både gjennom spørsmålene i intervjuguiden og observasjon har vi fått et inntrykk av hvilke identiteter informantene våre har. For å avdekke de ulike identitetene har vi stilt spørsmål om hvordan informantene selv identifiserer seg. Vi ba dem også utdype og fikk svar som omhandlet deres selvforståelse og identitet. Samtlige informanter omtaler seg selv som sosiale entreprenører, men har også andre identiteter. Blant våre informanter finner vi flere hybride identiteter som gir virksomhetene et særpreg. De sosiale virksomhetene er hybride fordi de definerer seg både som sosiale og entreprenørielle (Austin et al., 2006, s. 3).

Den sosiale entreprenørens identitet er noe av det som bidrar til en virksomhets særegenhet og egenart (Albert & Whetten, 1985 referert i Moss et al., 2011, s. 807). Blant våre informanter er det et mangfold av ulike identiteter bestående av eksempelvis jordbruksinnovatører, folkehelseforkjempere, matentusiaster, rusfeltsinnovatører, utenforskapsinnovatører, skoleentreprenører, «momtrepreneurs», eldreomsorgsinnovatører og andre identiteter som gir dem et brennende engasjement for deres sosiale formål. Det er ikke vår hensikt å stemple noen som det ene eller det andre her, men de sosiale entreprenørene uttrykker mange og ulike identiteter. Disse identitetene er sterkt knyttet til hvilke områder de sosiale virksomhetene arbeider innen, men entreprenørene også har identiteter knyttet til tidligere arbeid eller erfaring. Hos en av våre sosiale entreprenører ser vi for eksempel en identitet som matentusiast, men også et engasjement og et ønske om å jobbe med barn. Den sosiale entreprenøren har klart å

kombinere disse identitetene i en virksomhet, og det er nettopp disse som har formet virksomheten og gir utslag i dens særegenhet.

For sosiale entreprenører er den fremste målsettingen å skape sosial effekt. Vi ser at alle våre sosiale virksomheter har dette som høyeste prioritet i måten de ordlegger seg på og det glødende engasjementet vi opplever når de forteller om sitt sosiale formål. Når de sosiale entreprenørene blir spurt om å fortelle om deres sosiale formål og målgruppe, bobler de over av iver og vi observerer en endring i kroppsspråket til informantene som uttrykker en lidenskapelig begeistring. Idealismen de uttrykker ser vi særlig hos en informant som benytter mesteparten av intervjuet til å fortelle om målgruppen og hvordan den best kan hjelpes. Informanten vektlegger i liten grad det økonomiske aspektet, men gjør likevel et poeng av at de savner en stabilitet og økonomisk bærekraft. Denne informanten fremstår som et ytterpunkt i en gruppe informanter som ellers forsøker å kombinere deres sosiale formål med kommersiell drift.

Noen sosiale entreprenører har en sterk identitet som *ildsjel* og er hovedsakelig knyttet opp mot sosiale formålet. Dette har medført at de synes det er vanskelig å identifisere seg med identiteter knyttet til forretningsdrift og kommersialitet. Dette ser vi hos en av informantene som var overrasket over at vedkommende også måtte selge konseptet sitt til potensielle kunder. Informanten identifiserer seg ikke som selger og uttrykker: «Det er kleint å måtte selge konseptet sitt til kunder» (15). De sosiale entreprenørene som har større innslag av identiteter knyttet til forretningsdrift, har med seg disse identitetene fra tidligere arbeidssteder og erfaringer.

Selv om de sosiale entreprenørenes mest fremtredende identiteter kan knyttes til deres sosiale formål, forteller flere at de innehar både entreprenørielle og sosiale identiteter. Identiteter kan bestå av ulike typer selvforståelse, men det virker for oss som om *ildsjel* og *entreprenør* er identitetene som styrer mest og er mest fremtredende blant våre informanter. Selv om disse identitetene normalt ikke ville eksistert side om side (Albert & Whetten, 1985 referert i Moss et al., 2011, s. 807), ser ikke våre informanter på disse identitetene som motsetninger. En informant som representerer et ideelt aksjeselskap forklarer hvordan virksomheten balanserer disse identitetene:

Hovedmålet til en sosial virksomhet er å skape samfunnsendring, og det er alltid målet, men vi er også tydelige på at vi kan tjene penger på det. Vi har lyst å vise overfor andre at en kan ha sunn økonomisk drift og samtidig bidra til samfunnsendring, uten å være 'store og slemme' for å få det til (8).

Vi ser at identiteten som *ildsjel* og informantens samfunnsengasjement står sterkest her, men at vedkommende likevel er bevisst på virksomhetens økonomiske målsettinger. Likevel oppleves det å tjene penger på å utgjøre en forskjell som ubehagelig, men informanten ønsker likevel å balansere disse identitetene. Også en annen informant gir uttrykk for et ønske om å dyrke nettopp denne hybriditeten. Her knyttes den entreprenørielle delen av virksomheten til gründeraktivitet som generer inntekt:

Det er nesten litt kleint å si at jeg først og fremst er gründer, for jeg tjener ikke store penger på dette [...]. Hvis jeg skulle brukt det jeg kunne for å tjene penger, så hadde jeg gjort noe annet, men jeg vil at dette skal bli selvstendig og klare å tjene de pengene vi trenger, så 'ja takk, begge deler' (11).

Disse to informantene anerkjenner at de driver med noe entreprenørielt, og at det er et selskap de driver, men er også bevisst på at forretningsdrift ikke skal gå på bekostning av det sosiale formålet. Midt mellom disse ulike identitetene plasserer også en anneninformant seg: «På en skala fra 1 til 10, der 1 er gründer og 10 er idealist, plasserer jeg meg på 6,5» (15). Disse utsagnene er samlet med på å danne et bilde av hybriditeten de sosiale entreprenørene har i sin identitet. Vi har stadig fått bekreftet at de må finne en balanse mellom hvordan det sosiale formålet skal realiseres og skape en økonomisk bærekraft.

Potensiale ved å inneha flere identiteter, er at det gir flere ben å stå på (Battilana & Lee, 2014 sitert i Roche, 2017, s. 13). Det gir de sosiale entreprenørene muligheten til å opprette helt unike virksomheter og utgjøre en sosial forskjell, samtidig som de generer en inntekt. Som nevnt innehar de sosiale entreprenørene mange ulike identiteter. Mangfoldet av identiteter, gjerne konkurrerende sådan, kan bidra til en indre konflikt i den sosiale entreprenøren. I en slik konflikt trekkes den sosiale entreprenøren konstant i ulike retninger og må stadig balansere de ulike identitetene den innehar. Vi ser derfor at hybriditet i deres identiteter kan by på både fordeler og ulemper. For å ta høyde for slike identitetskonflikter innad i virksomheten, forteller en informant at ved styremøter er det gjort et bevisst valg om å alltid omtale de sosiale resultatene først, og deretter de økonomiske. Dette er med å forhindre at identitetskonflikten skal drive virksomheten mot den ene eller den andre identiteten. Identiteter som står i konflikt

til hverandre, kan nettopp føre til at en av identitetene tar overhånd og kan medføre mission drift. Samtidig gir disse hybride identitetene rom for innovasjon. Dette vil drøftes videre i kapittel 7: *Hybriditet – katalysator for innovasjon eller mission drift?*

5.2 Identitet påvirker valg av organisasjonsform

Vi har til nå sett at de sosiale entreprenørene innehar flere ulike identiteter og vil derfor gjøre rede for i hvilken grad dette mangfoldet av identiteter påvirker deres valg av organisasjonsform. Blant informantene ser vi en spredning av nyanser, som varierer mellom de rent *sosiale* og de *entreprenørielle* identitetene. Vi finner at disse nyansene kommer til syne i de ulike måtene informantene uttrykker seg når det gjelder økonomi og hvordan et eventuelt overskudd skal fordeles.

Blant våre informanter mener vi å kunne se en delt gruppe i form av hvordan deres hybride identiteter kommer til uttrykk i organisasjonsform. Våre sekundærdata viser at feltet i dag karakteriseres av en todelt gruppe når en ser på organisasjonsform; de som har organisasjonsformer tilhørende privat sektor og de som har organisasjonsformer tilhørende frivillig sektor (Eimhjellen & Loga, 2016; Kobro et al., 2017). Vi ser et tilsvarende skille blant våre sosiale virksomheter, og velger derfor å gjøre et skille mellom (1) de som helst hadde sluppet å tenke på økonomi, og mener at de sosiale resultatene er så viktige i seg selv at noen burde betale dem for å gjøre det, og (2) de som behersker kommersiell bærekraftig drift uten at det går på bekostning av den sosiale effekten.

Vi finner eksempler på disse to ytterpunktene når de sosiale entreprenørene snakker om hvordan virksomhetene skal generere inntekt. En av de sosiale entreprenørene, med bakgrunn fra privat sektor, sier at «... ambisjonen helt fra starten har vært å bli økonomisk uavhengig av andre» (10). Her ser vi at kommersiell bærekraftig drift vektlegges høyt, og virksomheten har derfor i liten grad valgt å basere forretningsdriften på tilskuddsordninger. Med sin bakgrunn fra privat sektor, ser vi at den sosiale entreprenøren har en utpreget entreprenøriell identitet. Virksomheten er i dag registrert som et ideelt aksjeselskap, og for oss fremstår dette valget som forenelig med den fremtredende entreprenørielle identiteten. Som et eksempel på det andre ytterpunktet finner vi en virksomhet som i stor grad baserer driften på midler fra ulike tilskuddsordninger. Den sosiale entreprenøren har i dette tilfellet lang erfaring fra frivillig

sektor og en utpreget identitet som *ildsjel*. Virksomheten er registrert som en frivillig organisasjon, et valg som fremstår som sammenfallende med den sosiale entreprenørens identitet. Den sosiale entreprenøren ønsker stabilitet, god økonomi og en bærekraftig virksomhet for å nå ut til flere, men etter vårt inntrykk skulle vedkommende helst slippe å tenke på finansiering eller økonomi i det hele tatt. Dette er et eksempel på hvordan to sosiale entreprenører velger ulike organisasjonsformer, fordi deres hybriditet består av ulike identiteter.

Vi finner også eksempler på hvordan to informanter har valgt den samme organisasjonsformen, men innehar vidt forskjellige identiteter. Begge informantene er gründere av ideelle aksjeselskaper, men vi ser at de uttrykker identitet forskjellig. Den første informanten er en matentusiast, som også har et sterkt ønske om å arbeide med barn, og uttrykker en identitet som *ildsjel* fremfor alt annet. Mye tyder på at informantens valg av organisasjonsform ble styrt av rent ideologiske faktorer og dersom virksomheten skulle gå med overskudd mener informanten at «... det er viktig at inntektene går til å utvide aktivitetene og nå ut til flere i målgruppen» (13). Dette gir uttrykk for informantens ideologiske overbevisning og vi ser derfor at organisasjonsformen står i stil til informantens visjon for virksomheten. Den andre informanten har bakgrunn fra privat sektor og innehar derfor i større grad en entreprenøriell identitet. Informanten har valgt å legge til ideelle vedtekter til sitt aksjeselskap av praktiske årsaker, fremfor rent ideologiske. I kontrast til den første informanten mener vedkommende at innsatsen lagt inn i virksomheten bør belønnes, og sier: «Jeg mener prinsipielt at vi like godt kunne vært et vanlig aksjeselskap. Jeg har tatt masse risiko og stilt mine penger til disposisjon, så hvis det en dag blir rom for å ta utbytte, så skulle det bare mangle» (11). I kontrast til forrige avsnitt, der vi ser at vidt forskjellige identiteter resulterer i varierende valg av organisasjonsform, ser vi her at selv om entreprenørens identiteter er ulike og de innehar ulike sett med verdier, ender de likevel opp med den samme organisasjonsformen. Selv om deres mange iboende identiteter kan være med å påvirke hvilken organisasjonsform de velger, må derfor andre faktorer også tas i betraktning.

5.3 Oppsummering

For å oppsummere dette kapittelet har vi utviklet en oppsummert fremstilling av de mest fremtredende identitetene vi ser blant våre informanter (se figur 10). Kolonne 1) og 2) representerer ytterpunkter blant informantene, og er ikke representative for hele gruppen.

Fremstillingen er utarbeidet med inspirasjon fra forskningsartikler om økosystemet om sosiale virksomheter i ulike europeiske land (Defourny & Nyssens, 2008, 2010; Enjolras & Loga, under utgivelse; Kobro et al., 2017).

Figur 10: Oppsummert fremstilling av karakteristika ved ulike identiteter hos våre informanter

	1) Sosialt formål fremfor økonomisk bærekraft	2) Kommersiell bærekraftig drift
Identitet	Ildsjel	Entreprenør
Organisasjonsform	Stiftelse, frivillig organisasjon, aksjeselskap med ideelle vedtekter	Aksjeselskap med og uten ideelle vedtekter
Økonomi	Mener målsettingen er så viktig at de burde få betalt av noen	Økonomisk uavhengig av andre
Inntekt	Tilskuddsordninger	Markedsbasert
Fordeling av overskudd	Ideologisk tanke om at eventuelt overskudd skal benyttes til sosiale formål	Få lønn for strevet og ta ut profit
Skalering	Kvalitet fremfor kvantitet	Flest mulig
Sektor	Frivillig	Privat

Figuren over viser trekk som kjennetegner de to gruppene informanter vi har definert. I Norge ser vi en todeling av feltet når det gjelder valg av organisasjonsform. I vår undersøkelse finner vi at det er sammenheng med organisasjonsform og identiteten den sosiale entreprenøren uttrykker.

6 Hybride institusjonelle logikker

Institusjonelle logikker kan forstås som blant annet handlingsmønstre og verdier (Thornton & Ocasio, 1999, s. 804). Privat, offentlig og frivillig sektor forvalter ulike verdier, og valg av organisasjonsform har betydning for hvilken sektor de sosiale virksomhetene hører til. Aksjeselskap plasserer dem i privat sektor, mens stiftelse og forening plasserer dem frivillig sektor. Selv om organisasjonsformen gir en sektortilhørighet, er ikke det ensbetydende med at virksomheten kun innehar verdier og logikker fra den sektoren. Eksempelvis kan en virksomhet i privat sektor inneha verdier som fremmer inkludering og nestekjærlighet til interessentene. På samme måte kan også frivillige organisasjoner drive etter kommersielle prinsipper for å skape en bærekraftig økonomi. Dette gir de sosiale virksomhetene en hybriditet i deres institusjonelle logikker og verdier. Det at en juridisk sett tilhører en sektor, men innehar verdier og logikker fra flere sektorer, kan føre til forvirring eller konflikt i hva som forventes av de sosiale virksomhetene. I dette kapitlet tar vi utgangspunkt i institusjonell teori som vektlegger utfordringer knyttet til overskridelse av sektorer som forvalter svært ulike verdier.

6.1 I hvilken sektor plasserer virksomhetene seg selv?

Det er enkelt å tilegne en sosial virksomhet en sektortilhørighet basert på deres organisasjonsform, men flere av de sosiale virksomhetene uttrykker tilhørighet i flere sektorer enn den organisasjonsformen deres knytter dem til. Eksempelvis forteller en informant i en virksomhet, med en organisasjonsform som gir tilhørighet i frivillig sektor, at de mottar offentlig støtte, rekrutterer frivillige og har samarbeidspartnere fra næringslivet. Sosiale virksomheter er hybride og vi finner dem i både offentlig, privat og frivillig sektor. En annen informant er prinsipielt uenig i at samarbeid på tvers av sektorer medfører noe form for hybriditet i hvor virksomhetene har tilhørighet. Vedkommende mener at sektortilhørigheten som følger organisasjonsformen, er den sektoren virksomheten hører til i og sier:

Vi er jo private, det er ikke noe spørsmål engang. Det er mange som snakker om sosialt entreprenørskap som en symbiose mellom privat, offentlig og frivillig sektor, men det er jo ikke det. Du har en organisasjonsform, det er enten privat, offentlig eller frivillig. Du er forening, aksjeselskap eller kommune, det er ikke noe å lure på (10).

I lys av dette sitatet kan en derfor spørre seg hvor hybride de sosiale virksomhetene egentlig er. Vi ser at hvordan informantene plasserer seg og sin virksomhet mellom privat, frivillig og offentlig sektor avhenger i stor grad av hvilken organisasjonsform de har, ikke av hvilke samarbeid de inngår i. En informant, hvis organisasjonsform gir virksomheten tilhørighet i privat sektor, opplever en tilknytning til både offentlig og frivillig sektor og sier: «Vi er inne i miksen, hvor vi samarbeider med private og frivillige aktører. Jeg vet ikke om jeg kan kalle det en slags hybrid, men jeg ville nok lent meg mest mot det private» (8). Selv om informanten foreslår at virksomheten er hybrid, føler informanten likevel sterkest tilknytning til den sektoren som organisasjonsformen plasserer virksomheten i, altså privat sektor.

Uavhengig av hvilken sektor de sosiale virksomhetene føler tilhørighet til, må de gjennom samarbeid på tvers av sektorer forholde seg til de andre sektorene de interagerer med. Flesteparten av de sosiale virksomhetene oppgir samarbeid utenfor egen sektor, noe som gjør at alle våre informanter må forholde seg til ulike institusjonelle logikker i privat, frivillig og offentlig sektor.

6.2 Verdier og handlingsmønstre på tvers av sektorer

Vi har til nå sett at de sosiale virksomhetene oppnår en sektortilhørighet gjennom valg av organisasjonsform. Likevel ser vi at de innehar verdier og logikker fra både privat, frivillig og offentlig sektor. Verdier som kjennetegner frivillig sektor er solidaritet, inkludering, demokratisk deltakelse og nærhet til brukerne, mens offentlig sektor forvalter verdier som likebehandling, rettferdighet og regelstyring (Loga, 2016, s. 20). Privat sektor preges av verdier som profittmaksimering og konkurranse, samt å skape arbeidsplasser (Mair et al., 2015, s. 715). Verdiene de henter fra frivillig sektor er ønsket om å hjelpe, mens handlingsmønstrene gjerne stammer fra hvilken sektor entreprenøren har bakgrunn fra. I hovedsak ser vi at våre informanter henter verdier og handlingsmønstre i stor grad fra privat og frivillig sektor, mens logikker i det offentlige presenteres som logikker de møter på og må forholde seg til. Mange beskriver også dette møtet som et problem.

Offentlig sektor preges i større grad av byråkrati sammenlignet med privat og frivillig sektor. Flere av våre informanter opplever at samarbeid med det offentlige går tregt og dette virker

frustrerende på de sosiale virksomhetene. En informant i en virksomhet registrert som et ideelt aksjeselskap uttrykker opp til flere ganger i løpet av intervjuet at deler av offentlig sektor oppleves som treg, og påpeker samtidig at dette står i kontrast til vedkommende sin oppfatning av privat sektor: «I offentlig sektor går det veldig tregt. Privat sektor er mye kjappere, de tar en beslutning og sier ‘Ja, dette gjør vi. Kjør på!’» (11). I møtet med det offentlige, opplever flere informanter at det offentlige opererer etter vidt forskjellige handlingsmønstre enn det privat sektor gjør. Privat sektor drives av konkurransen i markedet og det er derfor viktig å handle raskt. De institusjonelle logikkene som preger offentlig sektor skal sikre likebehandling og rettferdighet, og det offentlige oppleves derfor som tregt fordi det er viktig for dem å sørge for en effektiv utnyttelse av skattepengene.

Noen av informantene fremstiller verdiene som preger offentlig sektor som årsak til skepsis mot dem. Blant våre informanter, spesielt de som representerer privat sektor, er det en oppfatning av offentlig sektor som redd for å prøve ut nye ting. De sosiale virksomhetene føler at det er utfordrende å slippe til. Flere informanter oppfatter også at det eksisterer en usikkerhet rundt hvem som skal ta beslutninger i det offentlige. En av informantene som representerer privat sektor uttrykker nettopp denne oppfatningen, og sier at det offentlige er redd for å satse på nye tjenester og tilbydere:

Jeg tror ikke de er spesielt ‘insentivert’ til å prøve ut nye ting. De får kjeft hvis de gjør noe feil og det er ingen som heier dem frem hvis de prøver noe ‘crazy’. Det er i hvert fall sånn jeg opplever det. Det er tryggest å forholde seg til budsjettet og gjøre sånn som de gjorde i fjor (11).

Informanten fremhever en vegring fra det offentlige sin side, og opplever at dette gjør det utfordrende å opprette et samarbeid. Det eksisterer en oppfatning av at det offentlige heller satser på løsninger de er kjent med fra før. Vi mener dette kan skyldes at logikkene og handlingsmønstrene som eksisterer i det offentlige tilsier at de skal levere et bredt spekter av stabile tjenester for å fremme likebehandling, og det er derfor ikke rom for utprøving og å ta risiko. Det offentlige må være trygge på at tjenestene de kjøper er stabile og at de leveres i sin helhet i perioden som er avtalt. En av våre nøkkelinformanter som representerer en offentlig aktør mener at de sosiale virksomhetene «[...] ikke bare kan selge hjertet og den rørende historien sin om hva de skal gjøre, de må også klare å selge inn den profesjonelle siden av virksomheten sin» (5). Det er derfor behov for at de sosiale virksomhetene klarer å betrygge

disse offentlige instansene ved å utvise profesjonalitet, slik at de oppnår deres tillit. Det de sosiale virksomhetene gjerne oppfatter som negativitet, skepsis, beslutningsvegring og treghet, kan imidlertid ha helt andre årsaker enn at det offentlige er negative til dem. En av våre nøkkelinformanter fra det offentlige forteller at for å forstå hvorfor det offentlige kan oppleves slik som noen av informantene beskriver, må en forstå at kommunene har stramme budsjett og hele tiden står i brutale prioriteringer. De institusjonelle logikkene som offentlig sektor forvalter kan være vanskelig for de sosiale virksomhetene å kombinere med sine egne logikker, og møtet med det offentlige kan derfor oppleves som vanskelig. Det rapporteres om manglende kunnskap om sosialt entreprenørskap i samfunnet generelt, men spesielt i det offentlige (Departementene, 2018). Vi ser tilsvarende at de sosiale virksomhetene har liten innsikt og forståelse for hvilke logikker som driver offentlig sektor. Mye tyder altså på at manglende forståelse på tvers av sektorene går flere veier. Misforståelsene er altså gjensidige.

De ulike handlingsmønstrene på tvers av sektorene gjør at det stilles ulike forventninger til privat, offentlig og frivillig sektor. Dette har tradisjonelt ført til en arbeidsdeling mellom sektorene. Vi ser at denne arbeidsdelingen gjør at mange forveksler de sosiale virksomhetene med velferdsstaten eller frivillige organisasjoner. Den solide velferdsstaten vi har i Norge, dekker i stor grad befolkningens sosiale behov på ulike områder. De sosiale virksomhetene løser utfordringer som forbindes med velferdsstaten, og det er derfor en logikk tilstede som gjør at mange stiller seg undrende til at de sosiale virksomhetene skal ha betalt for jobben de gjør. Dette kan begrunnes med at velferdsstaten i Norge er stor og at vi derfor er vant til at velferdstjenester skal være gratis eller kun belastes med en egenandel, noe som bekreftes av en nøkkelinformant fra privat sektor som sier det norske folket mener at «[...] dersom noe er viktig nok i et menneskes liv, skal det offentlige betale» (14). På samme måte ser vi at den frivillige velferdsmodellen er veletablert i Norge og at mange derfor ser sosiale virksomheter i lys av denne. Fordi de sosiale virksomhetene utfører oppgaver som ligger tett knyttet mot frivillig sektor, kan det virke som at det eksisterer en forventning om at logikker derfra også skal være gjeldende for de sosiale virksomhetene. Som nevnt tidligere forteller en av informantene om en slik situasjon: «Enkelte mener at det er litt for dristig av oss å ta betalt for den jobben vi gjør, siden de er vant med at dette er noe frivillige organisasjoner har gjort tidligere» (8). Disse logikkene som knyttes til offentlig og frivillig sektor bidrar til å gjøre det utfordrende for sosiale virksomheter å selge sine tjenester. De sosiale virksomhetene må på denne måten håndtere de ulike forventningene som stilles til dem for å lykkes med å utnytte potensiale i deres hybriditet.

Det kan være utfordrende å forholde seg til logikkene i disse tre sektorene samtidig og vi kan i lys av institusjonell teori om hybriditet forstå at disse virksomhetene kan slite med å skulle forholde seg til varierende og ofte kolliderende verdiene som gjelder henholdsvis i offentlig, frivillig og privat sektor samtidig.

6.3 Hvordan fastsette måloppnåelse?

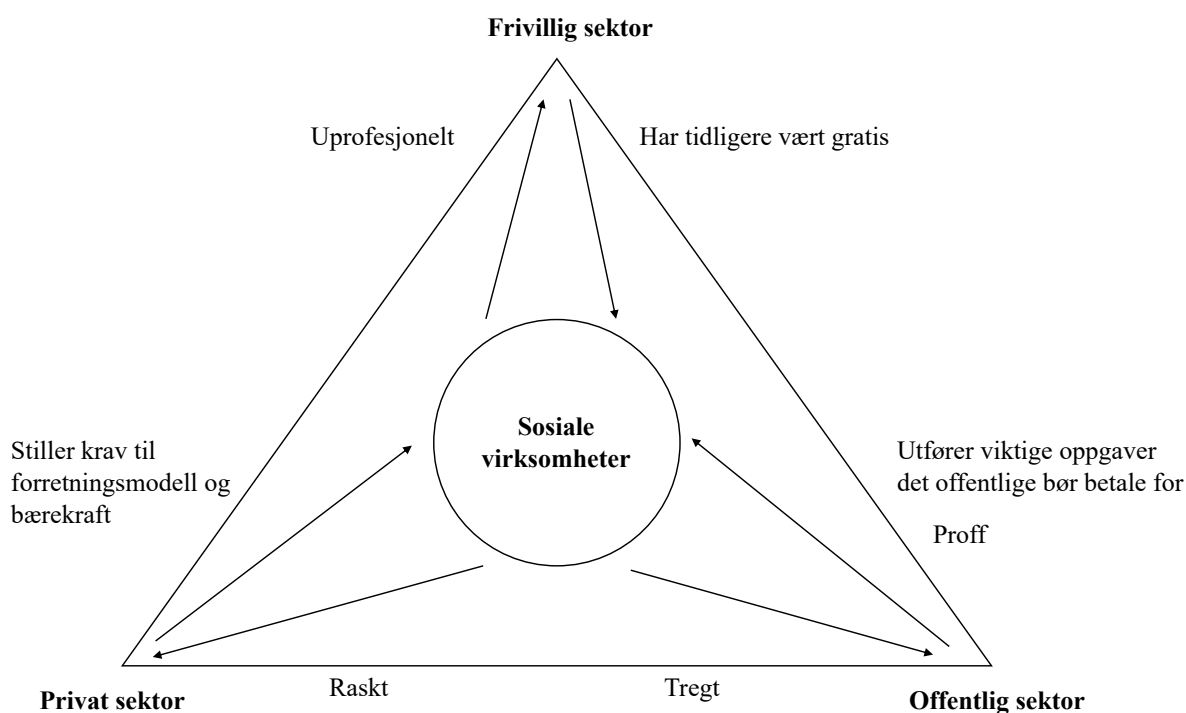
Utfordringer med å skulle forholde seg til verdier i tre ulike sektorer ser vi også når det gjelder å skulle måle effekt, eller såkalt *impact*. Hvordan bør suksess måles for disse virksomhetene? De ulike logikkene og handlingsmønstrene som opptrer i privat, offentlig og frivillig sektor tilsier at henholdsvis profitt, aktivitet og *de gode historiene* er blant faktorer suksess måles i. Midt imellom disse ulike måtene å måle suksess på, finner vi de sosiale virksomhetene. Suksess i sosialt entreprenørskap blir blant annet målt i hvor stor positiv innvirkning virksomheten har på samfunnet. Samtidig har de fleste en målsetting om økonomisk bærekraftig drift.

Vi finner at de sosiale virksomhetene som i størst grad vektlegger logikker tilhørende frivillig sektor, er opptatt av *kvalitet* fremfor *kvantitet*. De velger handlingsmønstre fra frivillig sektor for å måle suksess, heller enn å hente mål av suksess fra privat sektor. Flere av våre virksomheter finner det utfordrende å stå overfor avveininger om å skalere for å nå ut til flere, eller sikre best mulig sosial effekt for få. Måloppnåelse sett i lys av offentlige handlingsmønstre fokuserer på aktivitet ved å ha mål som kommer samfunnet til gode og forsøke å forbedre trivselen hos borgerne gjennom effektiv forvaltning av skattepenger. Det offentlige skal sørge for at mest mulig går tilbake til samfunnet. Vi ser derfor at det ikke holder å snakke om de *gode historiene*, det må foreligge en konkret måloppnåelse. Blant de sosiale virksomhetene oppleves dette som utfordrende, nettopp fordi det er vanskelig å måle sosial effekt konkret. En av nøkkelinformantene fra privat sektor forteller hvor utfordrende det kan være å måle sosial effekt: «Det er sjeldent vi kan måle det fysisk eller veldig konkret. [...] Det kan ta et helt liv før en kan si om det har hatt noen påvirkning [...]» (14). Også sett fra et offentlig perspektiv oppleves måling av resultater i sosial effekt utfordrende, men som en nøkkelinformant påpeker er det desto viktigere «[...] å identifisere den ekstra kvaliteten de sosiale virksomhetene tilfører» (5). Vi finner at hybriditeten mellom de tre sektorene gir utfordringer for informantene når det gjelder å fremstille sin måloppnåelse og det varierer hvilken sektor de lener seg på når de snakker om effekt. Måloppnåelse er dermed knyttet til verdier.

6.4 Oppsummering

Med utgangspunkt i tidligere forskning om sosiale virksomheters økosystem i både europeisk og norsk kontekst har vi utarbeidet en oppsummert fremstilling (se figur 11) av logikker og handlingsmønstre våre informanter opplever (Defourny & Nyssens, 2008, 2010; Kobro et al., 2017; Loga et al., 2016).

Figur 11: Oppsummert fremstilling av logikker og handlingsmønstre våre informanter opplever



Figuren er en oppsummerende fremstilling av de ulike logikkene og handlingsmønstrene våre informanter opplever. Figuren viser oppfatninger av privat, frivillig og offentlig sektor fra de sosiale virksomhetenes ståsted, men også hvordan de sosiale virksomhetene oppfattes av de tre sektorene.

7 Hybriditet - katalysator for innovasjon eller mission drift?

For å kunne eksistere og utvikle seg som hybride virksomheter, er det som tidligere nevnt vektlagt i institusjonell teori at de sosiale virksomhetene klarer å plassere seg i skjæringspunktet mellom de ulike sektorene, møte de ulike forventningene som eksisterer og håndtere de ulike logikkene som er tilstede (McPherson & Sauder, 2013, s. 166). Vi vil avslutningsvis drøfte om de sosiale virksomhetenes hybriditet gir et innovasjonspotensiale eller om hybriditeten sliter dem i ulike retninger og fører til *mission drift* (Battilana et al., 2012).

For sosiale virksomheter kan valg av sektortilhørighet føre til et dilemma, og vi ser at våre sosiale virksomheter i stor grad tillegger seg sektortilhørighet basert på organisasjonsform. Selv om de innehar trekk og nyanser fra flere sektorer kan de ofte kun gjøre krav på sektorfordelene fra en av de mange formene for verdi de skaper. En løsning på dette er å utnytte fordelene ved flere sektorer. Battilana et al. (2012, s. 52) trekker frem at dette typisk innebærer opprettelse av to ulike juridiske enheter, en for-profit og en non-profit. Vi finner blant våre sosiale virksomheter flere eksempler på denne formen for *ren* hybriditet, altså hybriditet i organisasjonsform. Dette betyr at virksomhetene har opprettet egne juridiske enheter, gjerne for å skille mellom kommersielle og velferdsproduserende aktiviteter og dermed unngå at den sosiale målsettingen blandes med den kommersielle. Eksempelvis ser vi en frivillig organisasjon som eies av et ideelt aksjeselskap, en stiftelse som eier et ideelt aksjeselskap og en frivillig organisasjon som eier et vanlig aksjeselskap.

Battilana et al (2012) fastslår at hybride virksomheter må sørge for at balansen opprettholdes mellom den sosiale og den økonomiske målsettingen for å unngå *mission drift*. Utfordringen med å stå med en fot i tre ulike sektorer, med tilhørende konfliktfulle forventninger, gjør at sosiale virksomheter har en tendens til å bevege seg og slik få en forskyvning i sitt sosiale formål. Det er særlig mission drift i form av å drive mot den kommersielle delen av virksomheten som her er aktuelt. En informant, som representerer et ideelt aksjeselskap forteller at et fokus på å sikre inntjening lett kan føre til mission drift:

Vi søker jo hele tiden 'disse pengene', og plutselig blir det i fokus og så har du glemt hvorfor du holder på med dette. Dette prøver jeg å være bevisst på og hvorfor jeg ikke bare har en vanlig jobb med stabil inntekt (15).

Informanten gir her uttrykk for at en lett kan glemme hvorfor valget falt på å være sosial entreprenør, og at en må minne seg selv på at motivasjonen ligger i den sosiale effekten. Fokuset på å sikre finansiering skaper en indre konflikt i de sosiale entreprenørene, og det oppleves som en kamp mellom konkurrerende målsettinger. For å hente motivasjon til å holde stødig kurs mot det sosiale formålet, er det derfor viktig å vise de sosiale resultatene og at aktivitetene faktisk gir en sosial effekt. Et resultat av de konkurrerende målsettingene beskrives av en nøkkelinformant som ser en bevegelse på feltet, fra «[...] veldig mye hjerte, ideelt og sosialt [...]» mot at de sosiale virksomhetene dyrker entreprenørskapssiden av det (5). Med dette menes også at sosiale virksomheter kan utvikle sin profesjonalitet.

Samlet sett er vårt inntrykk at de sosiale virksomhetene klarer å kombinere velferdsproduksjon med inntekt på en suksessfull måte, når de behersker de ulike logikkene som råder og når de tør å være tydelige på at de også skal generere inntekt. Vi mener derfor at hybriditeten som opptrer hos våre sosiale virksomheter legger til rette for innovasjon, men at de samtidig opplever utfordringer knyttet til å utvikle seg og eksistere i den hybride formen. En av virksomhetene som vi mener har mestret sin hybriditet på en god måte forteller om fascinasjonen ved hybride virksomheter: «Den sosiale bærekraften er tett sammenvevd med den økonomiske, og begge er avhengige av hverandre [...], de går hånd i hånd [...] og det lar seg vanskelig gjøre å oppfylle den ene målsettingen uten den andre» (16). I vår undersøkelse finner vi eksempler på en vellykket symbiose mellom de ulike identitetene og logikkene som eksisterer i virksomheten, men flere informanter uttrykker også flere utfordringer knyttet til hybride organisasjoner som står i et spenn mellom sektorene. For å lykkes med å eksistere og utvikle seg i en hybrid virksomhet, synes det vesentlig at de ulike målsettingene ikke defineres som konkurrerende, men heller må ses på som én samlet målsetting hvor den ene ikke går på bekostning av den andre. Det er som nevnt virksomheter som håndterer dette som synes å gi et innovasjonspotensial, selv om et slikt ståsted også byr på en rekke utfordringer knyttet til blant annet egen identitet, hvordan en fremstår utad, samarbeid i nettverk, måloppnåelse med mer.

8 Oppsummering og konklusjon

Oppgavens problemstilling tar sikte på å belyse hvilke faktorer som påvirker sosiale virksomheters valg av organisasjonsform og videre utvikling av den. Vi finner et ønske om å redusere risiko som en faktor som har påvirkning på informantene når de velger organisasjonsform. Særlig når virksomhetene opplever vekst er det et økt behov for å skjerme seg selv eller virksomheten fra økonomisk risiko. Dette behovet oppleves sterkest for virksomheter organisert som enkeltpersonforetak. En annen vesentlig faktor som påvirker de sosiale entreprenørene ved valg av organisasjonsform er et ønske om å styrke deres bestemmelsesrett. Informantene som vektlegger et ønske om å beholde kontrollen over virksomheten velger i stor grad aksjeselskap som organisasjonsform.

Et flertall av informantene har valgt ideelt aksjeselskap som organisasjonsform. Ideelt aksjeselskap skilles ikke juridisk fra kommersielle aksjeselskap fordi de ideelle vedtektene kan endres eller fjernes når som helst. Faktorer som påvirker de sosiale entreprenørene til å velge ideelt aksjeselskap varierer fra informant til informant. Valget begrunnes blant annet med ideologi og av praktiske hensyn. Med ideologi menes entreprenørens egen overbevisning og verdier, og hva som «føles riktig». Av praktiske hensyn finner vi blant annet at flere velger ideelt aksjeselskap for å bedre kunne legitimere seg som sosial virksomhet overfor potensielle kunder og samarbeidspartnere. Likevel opplever de å måtte forklare sitt sosiale formål, hva et ideelt aksjeselskap er og hva som skiller det fra et kommersielt aksjeselskap. Det synes at bruk av ideelt aksjeselskap har liten nytte når målet er å legitimere det sosiale formålet. Andre praktiske hensyn som tas, er en tilpasning av aksjeselskapet ved å legge til ideelle vedtekter for å registrere virksomheten i frivillighetsregisteret. Dette gjøres fordi det er krav fra flere finansieringskilder om å være registrert der. Registreringen krever aksjeselskap med ideelle vedtekter. Dette gjør at det stilles et indirekte krav fra finansieringskilder til organisasjonsform. Dette er ikke en vesentlig faktor til valg av organisasjonsform, men flere informanter har likevel gjort tilpasninger i sin organisasjonsform for å kunne søke midler som krever registrering i frivillighetsregisteret.

Påvirkning fra informantenes nettverk foregår blant annet gjennom rådgivning fra en tredjepart, råd fra en eller flere personer i nettverket eller gjennom krav til organisasjonsform for å delta i nettverket. Likevel er ikke dette en vesentlig faktor med påvirkning på valg av

organisasjonsform. Nøkkelinformantene, som er sentrale aktører på feltet, har ikke til hensikt å bidra med påvirkning til valg av organisasjonsform. De ønsker i stedet å gi de sosiale entreprenørene nok informasjon om de ulike organisasjonsformene, slik at de selv kan fatte en beslutning som kjennes riktig for dem.

Sosialt entreprenørskap er et ungt felt i Norge og vi finner at det eksisterer en del misoppfatninger knyttet til organisasjonsform. Flere av informantene og nøkkelinformantene er under den oppfatning av at både Ferd SE og Innovasjon Norge stiller krav til at virksomheten skal være organisert som aksjeselskap for å inngå i samarbeid med dem. Dette avkreftes i intervjuer med nøkkelinformanter fra Ferd SE og Innovasjon Norge. Slike misoppfatninger fører til at mange oppfatter ideelt aksjeselskap som den mest *riktige* organisasjonsformen for sosiale virksomheter, nettopp fordi de tror det foreligger krav om det for å inngå samarbeid.

Blant våre informanter er det få stiftelser, selv om stiftelse som organisasjonsform gir tilhørighet i frivillig sektor og dermed gjør det lettere å synliggjøre deres sosiale formål.

Av informantene som ikke har erfaring med stiftelse som organisasjonsform, er det et inntrykk av at det er komplisert og omstendelig å opprette. De som imidlertid har erfaring fra stiftelser opplever organisasjonsformen som trygg fordi den legger klare føringer på hvordan et eventuelt overskudd skal fordeles, altså tilbake i virksomheten eller til andre ideelle formål. Det store kapitalkravet for å opprette en stiftelse er også noe som hindrer mange sosiale entreprenører fra å velge denne organisasjonsformen. Det eksisterer også holdninger blant sentrale aktører på feltet som fraråder sosiale virksomheter fra å velge stiftelse. Dette kommer av at det er vanskelig å endre organisasjonsform fra stiftelse til andre organisasjonsformer når valget først er tatt.

De sosiale virksomhetene i studien vektlegger det problematiske ved medlemsbaserte organisasjonsformer som samvirke og frivillig organisasjon. Slike organisasjonsformer oppfattes som *for demokratiske* og blir valgt bort til fordel for andre organisasjonsformer, av en frykt for at slike demokratiske styresett kan skape konflikt i organisasjonen. I tillegg ses samvirke og frivillig organisasjon på som lite gunstige for forretningsdrift. I vår studie har vi ikke lyktes med å rekruttere noen informanter med samvirke som organisasjonsform. Kartleggingsrapportene vi benytter som sekundærdata finner at kun én prosent av deres respondenter er registrert som samvirker (Eimhjellen & Loga, 2016; Kobro et al., 2017), noe som kan forklare utfordringen med å rekruttere samvirker til studien. Samvirker er tradisjonelt

sett i bonde- og arbeiderbevegelsen i Norge, og ikke innen velferdsproduksjon slik som i andre europeiske land. Dette gir svak grobunn for bruk av samvirker i Norge (Loga, 2018). Få av informantene har vurdert samvirke som organisasjonsform, noe som kan skyldes at de er lite kjent med formen.

Flere land i Europa har utviklet egne organisasjonsformer eller juridiske rammeverk for sosiale virksomheter. Blant informantene er det særlig de organisert som ideelle aksjeselskaper som ønsker en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter i Norge. Dette er forøvrig den samme gruppen som opplever at de må forklare og legitimere sitt sosiale formål. Det synes at en egen organisasjonsform kunne vært med å lette forklaringsbehovet mange informanter føler på. En slik organisasjonsform kan også bidra til å trygge kunder og samarbeidspartnere om at virksomhetene ikke kan endre eller fjerne de ideelle vedtektene i ideelle aksjeselskap, og dermed skape et *varig* ideelt aksjeselskap.

Blant informantene eksisterer det mange og ulike identiteter. Vi ser identiteter som eksempelvis jordbruksinnovatører, folkehelseforkjempere, matentusiaster, rusfeltsinnovatører, utenforskapsinnovatører, skoleentreprenører, «momtrepreneurs» og eldreomsorgsinnovatører. Det er disse hybride identitetene som gir de sosiale entreprenørene mulighet til å opprette helt unike virksomheter for å kunne utgjøre en sosial forskjell, samtidig som de genererer inntekt til virksomheten. Likevel er det identitetene som *ildsjel* og *entreprenør* som er de mest fremtredende, og de må derfor finne balanse mellom hvordan det sosiale formålet skal realiseres og samtidig skape økonomisk bærekraft.

Vi ser en todelt gruppe blant virksomhetene i studien: 1) sosiale virksomheter som setter det sosiale formålet fremfor økonomisk bærekraft og 2) sosiale virksomheter som mestrer en økonomisk bærekraftig drift uten at det går på bekostning av det sosiale formålet. Vi finner en rekke trekk som kjennetegner de to gruppene, og disse oppsummeres i figur 10: *Oppsummert fremstilling av karakteristika ved ulike identiteter hos våre informanter*. Selv om det finnes kjennetegnende trekk, eksisterer det likevel vidt forskjellige identiteter innad i hver av de to gruppene. I undersøkelsen finner vi at det er sammenheng mellom valg av organisasjonsform og identiteten den sosiale entreprenøren uttrykker, men valget må også ses i lys av andre faktorer som kan ha påvirkning.

Organisasjonsformen til de sosiale virksomhetene gir dem en sektortilhørighet i enten privat, offentlig eller frivillig sektor. Flere oppgir at de har sterkest tilknytning til den sektoren deres organisasjonsform gir dem tilhørighet til. Samtidig uttrykker flere også tilhørighet til andre sektorer. De sosiale virksomhetene i studien henter verdier og handlingsmønstre fra privat og frivillig sektor, som henholdsvis forvalter verdier som å skape arbeidsplasser og inkludering. I møtet med det offentlige blir institusjonelle logikker tilhørende offentlig sektor tydelige for de sosiale virksomhetene. Mange beskriver dette møtet som et problem, og oppfatter handlingsmønstrene i det offentlige som skepsis rettet mot sosiale virksomheter. Mye tyder på at deres opplevelse av dette møtet kan skyldes mangel på innsikt og forståelse av hvorfor det offentlige handler slik de gjør. Det er en manglende forståelse på tvers av sektorene, som går flere veier. Det at de sosiale virksomhetene befinner seg i spennet mellom offentlig, privat og frivillig sektor gjør at det også er utfordrende å måle suksess. Sosial effekt er vanskelig å måle konkret, men kan knyttes til hvilke verdier informantene har. Vi finner at hybriditeten mellom de tre sektorene gir utfordringer for informantene når det gjelder å fremstille sin måloppnåelse, og det varierer hvilken sektor de lener seg på når de snakker om effekt. Blant de sosiale virksomhetene oppleves dette som utfordrende, nettopp fordi det er vanskelig å måle sosial effekt konkret.

For å gjøre krav på sektorfordeler fra flere av de formene for verdi de sosiale virksomhetene skaper, har flere av informantene skapt en *ren* form for hybriditet, altså hybriditet i organisasjonsform. Dette betyr at de oppretter flere egne juridiske enheter, gjerne for å skille mellom kommersielle og sosiale aktiviteter og målsettinger. Det er likevel utfordringer knyttet til det å stå med en fot i tre ulike sektorer og det kan oppleves som en kamp mellom konkurrerende målsettinger. Samtidig er det de som behersker å integrere sosiale og økonomiske målsettinger i én og samme strategi som synes å skape et innovasjonspotensial.

Omtrent halvparten av sosiale virksomheter i Norge er registrert som aksjeselskap, med eller uten ideelle vedtekter (Eimhjellen & Loga, 2016, s. 41; Kobro et al., 2017, s. 34). Også blant våre informanter synes aksjeselskap å være en foretrukket organisasjonsform. Basert på et lavt antall informanter er det i denne studien ikke mulig å konkludere bredt og vi ser en spredning blant våre informanter i hvilke faktorer som påvirker deres valg av organisasjonsform. Flere argumenterer for aksjeselskap som organisasjonsform fordi den gir gode vilkår for å redusere økonomisk risiko og å beholde en intern bestemmelsesstruktur i virksomheten, hvor de selv er

ansvarlige for endelige avgjørelser og strategivalg. De sosiale virksomhetene i denne studien vektlegger de problematiske sidene ved demokratiske styresett, og velger derfor bort medlemsbaserte organisasjonsformer. Våre funn står dermed i noe kontrast til tidligere forskning i Norge, som vektlegger demokratisk deltakelse og involvering som vesentlig for norske sosiale virksomheter (Kobro et al., 2017; Loga et al., 2016).

I flere europeiske land er det utviklet egne organisasjonsformer eller juridiske rammeverk for sosiale virksomheter. Det diskuteres om en slik organisasjonsform bør innføres i Norge for å forenkle et komplekst felt og synliggjøre en ny type hybride organisasjoner (Eimhjellen & Loga, 2016; Loga et al., 2016). Våre informanter og nøkkelinformanter har todelte meninger om en slik organisasjonsform bør utvikles, og vi finner argumenter både for og imot. Det mest fremtredende argumentet for en egen organisasjonsform for sosiale virksomheter, er at det kan bidra til å skape et mer *varig* ideelt aksjeselskap, som dermed bidrar til å trygge kunder og samarbeidspartnere om at ideelle vedtekter ikke kan endres eller fjernes. Samtidig kan en slik organisasjonsform redusere mangfoldet blant sosiale virksomheter i Norge, og dermed «legge løkk» på de kreative, hybride sosiale entreprenørene.

De hybride identitetene sosiale entreprenører innehar er med på å bidra til virksomhetenes særegenhet. *Ildsjel* og *entreprenør* er identiteter som er fremtredende blant informantene. Dette er tradisjonelle identiteter, og vi ser at de hybride virksomhetene også skaper nye og spennende identiteter som bidrar til deres særpreg. Selv om våre informanter omtales som hybride virksomheter i spennet mellom privat, offentlig og frivillig sektor, ser vi at flere likevel har sterkest tilhørighet i den sektoren deres organisasjonsform plasserer dem. De inngår i samarbeid på tvers av sektorer og dette oppleves som en kamp mellom konkurrerende målsettinger. Dette kommer sterkest til uttrykk i møtet med det offentlige, et møte mange beskriver som problematisk. Mye tyder på at deres opplevelse av møtet med det offentlige kan skyldes mangel på innsikt og forståelse av hvorfor det offentlige handler slik de gjør. Det er en manglende forståelse på tvers av sektorene, som går flere veier.

Mangfold er en faktor flere trekker frem når det gjelder innovasjonspotensiale, men mangfold i hybriditet gir også utfordringer. Samtidig er det de som behersker å integrere sosiale og økonomiske målsettinger i én og samme strategi som synes å skape et innovasjonspotensial.

Avslutningsvis synes ikke hvilken organisasjonsform virksomhetene i vår studie har å være vesentlig for dem. De har tatt hensyn til ulike faktorer ved etablering og utvikling av deres virksomheter, men det synes likevel at de velger den organisasjonsformen de tror vil hjelpe dem på veien mot å oppnå sosial effekt. Hvordan de ulike informantene mener sosial effekt best skapes, og deres oppfatning av hvilken organisasjonsform som egner seg best til dette formålet, avhenger av deres mange identiteter og verdier.

8.1 Forslag til videre forskning

I etterkant av studien ser vi flere forslag til hvordan forskning på sosialt entreprenørskap og hybriditet kan utforskes videre. Først og fremst ser vi at det kunne vært interessant å utføre en kvantitativ studie med fokus på hvilke faktorer som vektlegges når sosiale entreprenører velger organisasjonsform. Dette ville gitt et bedre grunnlag for å generalisere og kunne dermed vært gjeldende for sosiale virksomheter utover våre informanter. Det ville også utdypet den eksisterende kvantitative forskningen om sosiale virksomheters økosystem i Norge.

Et tema som også dukker opp gjennom våre intervjuer med flere nøkkelinformanter, er spørsmål knyttet til hvor høy lønn de sosiale entreprenørene kan bevilge seg selv. Sett i lys av at ideelle vedtekter i aksjeselskap ikke regulerer lønn, burde det vært satt i gang en diskusjon og videre undersøkelser rundt lønnsnivået til sosiale entreprenører.

Et annet tema som også fanger vår interesse, er skillet mellom CSR og sosialt entreprenørskap. Det er en hårfin linje mellom sosiale virksomheter med et fokus på profitt og rene kommersielle virksomheter som tar på seg et samfunnsansvar. Det hadde derfor vært interessant å se på problemstillinger knyttet til hvordan sosialt entreprenørskap vil vokse frem i form av CSR i fremtiden.

Vi ser også at det i forskningslitteraturen snakkes mye om entreprenøren som individ. I lys av de ulike identitetene som rår blant informantene, hadde det derfor vært interessant å undersøke hvilke karakteristika som kjennetegner den sosiale entreprenøren i et forsøk på å forstå sosiale entreprenører bedre. I forskningslitteraturen finner vi flere interessante temaer for videre forskning. Et av disse temaene som har fanget vår interesse er hvordan *social impact bonds* eller *effektkontrakter* på norsk, kan påvirke feltet. Dette er en alternativ modell for samarbeid

mellom offentlig og privat sektor. I en effektkontrakt finansierer private investorer et tiltak med et fastsatt resultatmål, og blir tilbakebetalt av det offentlige om målene nås. Myndighetene betaler kun hvis resultatene oppnås og investorene tjener kun dersom samfunnet også gjør det (KS, u.å.). Det hadde vært interessant å utforske hvilken effekt disse kontraktene har på sosialt entreprenørskap – vil de føre til en oppblomstring av sosiale virksomheter?

Litteraturliste

- Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22-27.
<https://doi.org/http://doi.org/10.22215/timreview/523>
- Aksjeloven. (1997). *Lov om aksjeselskaper* (LOV-1976-06-04-59). Hentet fra <https://lovdata.no/lov/1997-06-13-44>
- Alter, K. (2007). Social Enterprise Typology. Hentet fra https://www.globalcube.net/clients/philippson/content/medias/download/SE_typology.pdf
- Altinn. (2018a). Aksjeselskap (AS). Hentet 21.11.2018 fra <https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/aksjeselskap/>
- Altinn. (2018b). Enkeltpersonforetak. Hentet 07.05.2019 fra <https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/enkeltpersonforetak/>
- Altinn. (2018c). Samvirkeforetak (SA). Hentet 21.11.2018 fra <https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/samvirkeforetak/>
- Altinn. (2018d). Stiftelse. Hentet 21.11.2018 fra <https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/stiftelse/>
- Altinn. (2019). Valg av organisasjonsform. Hentet 05.02.2019 fra <https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/>
- Alvord, S. H., Brown, L. D. & Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260-282. <https://doi.org/10.1177/0021886304266847>
- Audretsch, D. (2003). Entrepreneurship: A survey of the literature *Enterprise Papers*, (14), 1-70.
- Austin, J., Stevenson, H. & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bacq, S. & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 373-403.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2011.577242>
- Battilana, J., Lee, M., Walker, J. & Dorsey, C. (2012). In Search of the Hybrid Ideal. *Stanford Social Innovation Review*, 10(3). Hentet fra https://ssir.org/articles/entry/in_search_of_the_hybrid_ideal
- Besharov, M. L. & Smith, W. K. (2014). Multiple Institutional Logics in Organizations: Explaining Their Varied Nature and Implications. *Academy of Management Review*, 39(3), 364-381. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0431>
- Boschee, J. (1998). Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship. I. Hentet fra <http://www.socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>
- Brønnøysundregistrene. (2018). Registrering i Frivillighetsregisteret. Hentet 07.05.2019 fra <https://www.brreg.no/lag-og-foreninger/registrering-i-frivillighetsregisteret/>
- Brønnøysundregistrene. (2019). Organisasjonsformer. Hentet 13.02.2019 fra <https://www.brreg.no/bedrift/organisasjonsformer/>
- Dees, G. J. (1994). Social Enterprise: Private Initiatives for the Common Good. I: Harvard Business School.
- Dees, G. J. (1998). The Meaning of "Social Entrepreneurship". I(s. 6): Stanford University: Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

- Defourny, J. & Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: recent trends and developments. *Social Enterprise Journal*, 4(3), 202-228.
<https://doi.org/10.1108/17508610810922703>
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 32-53.
- Deloitte. (2017). *Økonomisk analyse av Stiftelsen Fyrlykta* (2016/51167). Hentet fra https://www.bufdir.no/Global/Okonomisk_analyse_av_Stiftelsen_Fyrlykta.pdf
- Departementene. (2018). Samarbeid om sosialt entreprenørskap. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/22b7c27ae4c0478e9c643e646612cd14/no/pdf/samarbeid-om-sosialt-entreprenorskrap-rapport-01-2018.pdf>
- Dutton, J. E. & Dukerich, J. M. (1991). Keeping An Eye on the Mirror: Image and Identity In Organizational Adaptation. *The Academy of Management journal.*, 34(3), 517-554.
<https://doi.org/10.5465/256405>
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R. & Jackson, P. R. (2015). *Management and business research* (5th ed. utg.). Los Angeles: Sage.
- Eimhjellen, I. & Loga, J. (2016). Utvikling av sosialt entreprenørskap i Norge. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/a1a1bf44a8f845b894613fc81435e20b/rapport-09-2016.pdf>
- Enjolras, B. & Loga, J. (under utgivelse). *Social Enterprises in Norway: Models and Institutional Trajectories*.
- European Commission. (2015). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*. Luxembourg.
- Fagerberg, J., Mowery, D. C., Nelson, R. R., Asheim, B. T., Bruland, K. & Grodal, S. (2005). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Ferd. (u.å.). Hva er sosialt entreprenørskap? Hentet 27.02.2019 fra https://ferd.no/sosiale_entreprenorer/hva-er-sosent
- Flick, U. (2007). *Designing qualitative research*. London: SAGE Publications.
- Gripsrud, G., Silkoset, R. & Olsson, U. H. (2010). *Metode og dataanalyse : beslutningsstøtte for bedrifter ved bruk av JMP* (2. utg. utg.). Kristiansand: Høyskoleforl.
- Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforl.
- Gårseth-Nesbakk, L. (2018). Aksjeselskap. I *Store norske leksikon*. Hentet 20.11.2018 fra <https://snl.no/aksjeselskap>
- Hjerm, M. & Lindgren, S. (2011). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig analyse*. Oslo: Gyldendal akademisk.
- Hoogendoorn, B., Pennings, E. & Thurik, R. (2010). *What do We Know about Social Entrepreneurship: An Analysis of Empirical Research*. Erasmus Research Institute of Management (ERIM), ERIM is the joint research institute of the Rotterdam School of Management, Erasmus University and the Erasmus School of Economics (ESE) at Erasmus University Rotterdam. Hentet fra <https://econpapers.repec.org/paper/emseureri/16558.htm>
- Hulgård, L. (2010). Discourses of Social Entrepreneurship - Variations of the Same Theme? Hentet 18.02.2019 fra https://emes.net/content/uploads/publications/WP_10-01_Hulgaard_web.pdf
- Idsø, J. (2017a). Offentlig sektor. I *Store norske leksikon*. Hentet 18.02.2019 fra https://snl.no/offentlig_sektor
- Idsø, J. (2017b). Privat sektor. I *Store norske leksikon*. Hentet 18.02.2019 fra https://snl.no/privat_sektor

- Innovasjon Norge. (2018). Sosialt Entreprenørskap. Hentet 26.11.2018 fra <https://www.innovasjon norge.no/no/grunder/sosiale-entreprenorer/sosialt-entreprenorskap/>
- Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? : innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg. utg.). Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Kobro, L. U., Røtnes, R., Eggen, F. W. & Skar, C. (2017). Statlige rammevilkår på ramme alvor. Sosialt entreprenørskap i norsk offentlig kontekst. Hentet fra <http://hdl.handle.net/11250/2463099>
- KS. (u.å.). Effektkontrakter. Hentet fra <https://www.ks.no/fagomrader/innovasjon/sosiale-investeringer/effektkontrakter/>
- Loga, J. (2016). Frivillighet og forretning: En kunnskapsoversikt om nye former for samspill mellom sivilsamfunn og marked. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/2445379>
- Loga, J. (2018). Sivilsamfunnets roller i velferdsstatens omstilling. *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 2(1), 58-73. <https://doi.org/10.18261/issn.2535-2512-2018-01-05>
- Loga, J., Eimhjellen, I., Eschweiler, J., Ingstad, E. L., Stokstad, S. & Winswold, M. (2016). Sosiale entreprenører - partnerskap for nye løsninger. Hentet fra <https://www.ks.no/globalassets/blokker-til-hvert-fagomrade/arbeidsgiver/arbeidsgiverpolitikk/endelig-rapport---sosiale-entreprenorer---partnerskap-for-nye-losninger.pdf>
- Mair, J. & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Mair, J., Mayer, J. & Lutz, E. (2015). Navigating Institutional Plurality: Organizational Governance in Hybrid Organizations. *Organization Studies*, 36(6), 713-739. <https://doi.org/10.1177/0170840615580007>
- Martin, R. L. & Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. I(s. 29-39): Stanford Social Innovation Review.
- McPherson, C. M. & Sauder, M. (2013). Logics in Action: Managing Institutional Complexity in a Drug Court. *Administrative Science Quarterly*, 58(2), 165-196. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0001839213486447>
- Min, S. J. (1999). Made not born, 7(1), 72-80.
- Moss, T. W., Short, J. C., Payne, G. T. & Lumpkin, G. T. (2011). Dual Identities in Social Ventures: An Exploratory Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(4), 805-830. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00372.x>
- Newth, J. & Woods, C. (2014). Resistance to Social Entrepreneurship: How Context Shapes Innovation. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(2), 1-22. <https://doi.org/10.1080/19420676.2014.889739>
- Nordisk ministerråd. (2014). Sosialt entreprenørskap og sosial innovasjon: kartlegging av innsatser for sosialt entreprenørskap og sosial innovasjon i Norden. I(Vol. 502).
- Postholm, M. B. & Jacobsen, D. I. (2018). *Forskningsmetode for masterstudenter i lærerutdanningen*. Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Roche, J. (2017). *The Hybrid Natur of Social Enterprise: Exploring possible tensions and sources og mission drift* (Mastergradsavhandling, Louvain School of Management). Hentet fra https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/en/object/thesis%3A10953/datastream/PDF_01/view
- Røiseland, A. & Vabo, S. (2012). *Styring og samstyring - governance på norsk*. Bergen: Fagbokforlaget.

- Salamon, L. M. & Anheier, H. K. (1998). Social Origins of Civil Society: Explaining the Nonprofit Sector Cross-Nationally. *Voluntas: International journal of voluntary and nonprofit organizations*, 9(3), 213-248.
- Samvirkelova. (2007). *Lov om samvirkeforetak* (LOV-2007-06-29-81). Hentet fra <https://lovdata.no/lov/2007-06-29-81>
- Smith, W., Gonin, M. & Besharov, M. (2013). Managing Social-Business Tensions: A Review and Research Agenda for Social Enterprise, 23(3), 407-442. <https://doi.org/10.5840/beq201323327>
- Spilling, O. R. (2005). *Entreprenørskap i et evolusjonært perspektiv* NIFU STEP.
- Stiftelsesloven. (2001). *Lov om stiftelser* (LOV-2001-06-15-59). Hentet fra <https://lovdata.no/lov/2001-06-15-59>
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J. & Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88. <https://doi.org/10.1002/nvsm.202>
- Thompson, J., Alvy, G. & Lees, A. (2000). Social entrepreneurship - a new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38(5), 328-338. <https://doi.org/10.1108/00251740010340517>
- Thornton, P. & Ocasio, W. (1999). Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958– 1990. *The American journal of sociology*, 105(3), 801-843. <https://doi.org/10.1086/210361>
- Thornton, P., Ocasio, W. & Lounsbury, M. (2012). *The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure, and Process*. New York: Oxford University Press.
- Tjernshaugen, A. (2018). Sektor. I *Store norske leksikon*. Hentet 18.02.2019 fra <https://snl.no/sektor>
- Tjora, A. H. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3. utg. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Veiviseren. (2018). Samarbeid offentlig - frivillige/privat. Hentet 18.02.2019 fra <https://www.veiviseren.no/planlegge-lede-og-utvikle/fra-plan-til-handling/samarbeid-offentlig-frivillig-privat>
- Yin, R. K. (2014). *Case study research : design and methods* (5th ed. utg.). Los Angeles, Calif: SAGE.

Vedlegg

- | | |
|------------------|--|
| Vedlegg 1 | Intervjuguide sosiale entreprenører i sosiale virksomheter |
| Vedlegg 2 | Intervjuguide andre aktører på feltet |
| Vedlegg 3 | Samtykkeskjema |

Vedlegg 1 – Intervjuguide sosiale entreprenører i sosiale virksomheter

Innledning

1. Introdusere oss selv og oppgaven
2. Presentere hensikten med intervjuet
3. Sikre formaliteter med underskrift
4. Opplyse om taushetsplikt, anonymisering og mulighet for å trekke seg underveis
5. Informere om lydopptak og transkribering for sikring av sitater
6. Spørre om noe er uklart og om informantene har noen spørsmål
7. Starte opptak

Overgang

8. Presentasjon av intervjuobjekt
 - a. Hva er din utdanningsbakgrunn?
 - b. Hva er din stilling og dine arbeidsoppgaver?
 - c. Hvor har du jobbet før?
 - d. Hvorfor ble denne organisasjonen startet?
 - e. Hvor lenge har du jobbet i organisasjonen?
 - f. Hva var motivasjonen for at organisasjonen ble startet?
 - g. Hvor mange er ansatt i organisasjonen?
 - i. Hvilken bakgrunn har disse?
 - h. Kan du fortelle litt om organisasjonen og dens historie?
 - i. Hva er målgruppen?
 - j. Er ideen den samme i dag som da selskapet startet?
 - k. Har retningen blitt endret?
 - i. Hvorfor?
 - l. Opplever du at din/deres målgruppe har gjort det vanskeligere å få tilgang til markedet?
 - m. Vil du omtale deg selv eller din organisasjon som en sosial entreprenør/virksomhet?
 - n. Hva vil det si for deg å være en sosial entreprenør?

Hovedtema

9. Organisasjonsform/sektortilhørighet
 - a. Er organisasjonen registrert i Brønnøysundregisteret?
 - b. Hvilken organisasjonsform er du/dere registrert som?
 - c. Hvorfor valgte du/dere denne organisasjonsformen?
 - d. Har du/dere alltid hatt denne organisasjonsformen?
 - i. Ble andre organisasjonsformer vurdert?
 - e. Vurderer du/dere andre organisasjonsformer nå?
 - f. Hva tror du har vært den viktigste faktoren ved valg av den organisasjonsformen du/dere har?
 - g. Hvilke andre faktorer kan ha spilt inn på valget?
 - h. Kan du fortelle om noen positive erfaringer knyttet til denne organisasjonsformen?
 - i. Kan du fortelle om noen negative erfaringer knyttet til denne organisasjonsformen?
 - j. Hvor ligger organisasjonens hovedsatsningsområde?

- k. Hvor i landet arbeider du/dere?

10. Kunnskap

- a. Hvilken kunnskap har du/dere om de ulike organisasjonsformene?
- b. Kjente du til de ulike organisasjonsformene på tidspunktet valget ble tatt?
- c. Opplevde du å ha nok kunnskap på det tidspunktet avgjørelsen ble tatt?
- d. Hvor søkte du informasjon?
- e. Så du/dere til andre sosiale entreprenører?

11. Nettverk

- a. Er du/dere en del av et nettverk eller inkubatormiljø?
 - i. Hvilke?
- b. På hvilken måte har det å være en del av et nettverk påvirket driften av organisasjonen?
- c. Har du/dere sett til andre sosiale entreprenører i nettverket ved valg av organisasjonsform?
- d. Har du/dere blitt inspirert av andre sosiale entreprenører til å ha en nettverkstilhørighet?

12. Rollemodeller

- a. Ser du/dere til en annen organisasjon eller bedrift som forbilde?
- b. Sammenligner du/dere egen aktivitet med noen andre?
 - i. I Norge? I utlandet?
- c. Organiserer de seg på samme vis i dette landet?
- d. Finnes det andre sosiale virksomheter/entreprenører som jobber med det samme eller lignende som du/dere i Norge eller andre land?
- e. Reiser du/dere på ekskursjon til organisasjoner i andre land som jobber med samme tematikk?

13. Arbeidsområde

- a. I hvilken grad er det arbeidsområdet som bestemmer hvordan du/dere har organisert virksomheten?
- b. Hvilken av de tre sektorene, privat, offentlig, frivillig har du mest tilknytning til?

14. Finansiering

- a. Mottar du/dere noen form for økonomisk støtte?
 - i. Hvem mottar du/dere økonomisk støtte fra?
- b. Har du/dere noen investorer?
- c. Har du/dere søkt offentlige tilskuddsordninger?
 - i. Kjenner du til offentlige tilskuddsordninger du/dere ønsker å søke midler fra?
- d. Har du/dere søkt om støtte fra andre offentlige/private støtteordninger?
- e. Opplever du at valg av organisasjonsform ble valgt for å sikre finansiering?
- f. Opplever du at det legges føringer for valg av organisasjonsform fra potensielle finansieringskilder?

- g. Har du/dere endret/tilpasset organisasjonsformen for å lettere få finansiering/støtte i noen annen form?

15. Samarbeid med det offentlige

- a. Har du/dere vært i kontakt med det offentlige i forbindelse med de produkter/tjenester dere tilbyr?
 - i. Hvordan opplevde du denne kontakten?
- b. Hva ble utfallet?
- c. Hva tror du var årsaken til dette utfallet?
 - i. Hvilke erfaringer sitter du/dere igjen med?
- d. I hvilken grad har samarbeid med det offentlige lagt føringer av organisasjonens drift?
- e. Har dette hatt noe å si for valg av organisasjonsform?
- f. Opplever du at det offentlige foretrekker enkelte organisasjoner/organisasjonsformer fremfor andre når det kommer til samarbeidspartnere/tilbydere?
- g. Opplever du at enkelte organisasjonsformer gir en fordel ved inngåelse av samarbeid med det offentlige?
- h. Har du noe opplevd noe motstand i møtet med det offentlige?
 - i. Hvordan opplevdes dette møte?
- i. Opplever du at deres organisasjonsform kan ha påvirket utfallet?

16. Eierform og styresett

- a. Hvordan er selskapets styre satt sammen?
- b. Hvordan type mennesker er dette?
- c. Ble det tatt hensyn til styresammensetning ved valg av organisasjonsform?
- d. Har dere noen datterorganisasjoner?
- e. Har det vært viktig for deg å beholde bestemmelsesretten?
- f. Opplever du at demokrati har spilt inn på valg av organisasjonsform?

17. Juss og lovverk

- a. Hvordan opplever du at norsk lovverk spiller inn på valg av organisasjonsform?
 - i. Hvilke lover er dette? Regnskapslov?
- b. Opplever du at det noen juridiske fordeler knyttet til enkelte organisasjonsformer?
- c. Savner du et eget lovverk som gjelder sosiale entreprenører/ bedrifter?
- d. Opplever du at lovverket i andre land som du ønsker vi skulle importert til Norge?

18. Politisk tilrettelegging

- a. Hvilke tanker har du om politisk tilrettelegging for sosiale entreprenører i Norge?
 - i. Savner du noe?
- b. Hvilke tanker har du Innovasjon Norges rolle? Ferd? Det offentlige?

19. Motivasjon

- a. Hva gjorde at du/dere startet selskapet?
- b. Hvilke tanker har du om fremtiden for selskapet?
- c. Hva identifiserer du deg som?
 - i. Entreprenør? Idealist?
- d. Hvordan definerer og måler du/dere suksess i virksomheten?
- e. Måles det sosiale og økonomiske målet på samme måte?
- f. Hvordan vil du si at din motivasjon for å starte selskapet har påvirket valg av organisasjonsform?

Avslutning

20. Andre å snakke med

- a. Har du noen forslag til andre vi bør snakke med? Hvem har du/dere hatt mye kontakt med?
 - i. Sosiale entreprenører?
 - ii. I det offentlige?
 - iii. I det private?

21. Oppsummering

- a. Helt til slutt, har du noe du har lyst å si som vi ikke har kommet inn på tidligere?
- b. Er det noen andre ting vi ikke har snakket om, som du tror er relevant når det gjelder det som har med valg av organisasjonsform å gjøre?
- c. Oppsummere funn
 - i. Har du noe å tilføye?
 - ii. Har vi forstått deg riktig?

22. Avrunding

- a. Er det ok at vi tar kontakt dersom noe er uklart?
- b. Si takk for intervjuet og opplyse om videre prosess

Vedlegg 2 – Intervjuguide andre aktører på feltet

Innledning

1. Introdusere oss og oppgaven
2. Presentere hensikten med intervjuet
3. Sikre formaliteter med underskrift
4. Opplyse om taushetsplikt, anonymisering og mulighet for å trekke seg underveis
5. Informere om lydopptak og transkribering for sikring av sitater
6. Spørre om noe er uklart og om informanten har noen spørsmål
7. Starte opptak

Overgang

8. Presentasjon av intervjuobjekt
 - a. Kan du fortelle litt om deg selv og din bakgrunn?
 - b. Hva er din utdanningsbakgrunn?
 - c. Hva er din stilling og dine arbeidsoppgaver?
 - d. Hvor lenge har du jobbet her?
 - e. Hvor har du jobbet før?

Nøkkelspørsmål

9. Sosialt entreprenørskap
 - a. Hva legger du i begrepet sosialt entreprenørskap?
 - b. Hvordan definerer dere sosialt entreprenørskap?
 - c. Hvordan definerer dere sosial innovasjon?
 - d. Hva bidrar til at det skapes sosial innovasjon?
 - e. Hvordan jobber du/dere med sosialt entreprenørskap?
 - f. Hva er dine tanker rundt sosiale entreprenører sin rolle?
 - g. Hvordan oppfatter du sosiale entreprenører? Sosial eller entreprenør?
 - i. Privat, offentlig eller frivillig sektor?
 - h. Hvordan vite at sosiale entreprenører faktisk er sosiale entreprenører og ikke profitør?
 - i. Hvordan synliggjøre at det ikke bare er selskapet som tar ut profitt?
 - i. Hvordan tror du sosiale entreprenører oppfatter seg selv? Identifiserer seg selv som?
10. Samhandling med sosiale entreprenører
 - a. Hvordan bidrar denne organisasjonen til å utvikle sosialt entreprenørskap som felt?
 - b. Hvordan er deres møte med sosiale entreprenører?
 - i. Hvordan velger dere hvilke sosiale entreprenører som skal motta støtte?
 - ii. Hvordan tror du sosiale entreprenører opplever dette møtet?
 - c. Bidrar dere med noe til sosiale entreprenører? (Kapital, nettverk, rådgiving)
 - d. Kan alle sosiale entreprenører melde seg inn i deres nettverk?
 - e. Har dere krav til organisasjonsform?

- f. Har dere en foretrukken organisasjonsform?
- g. Hvilken endring opplever du sosiale entreprenører går igjennom i møte med dere?

11. Organisasjonsformer hos sosiale entreprenører

- a. Hva er din oppfatning av de ulike organisasjonsformene?
 - i. AS? Ideelt AS? Enkeltpersonforetak? Stiftelse? Samvirke? FLI?
- b. Opplever du at sosiale entreprenører skifter organisasjonsform for å tilpasse seg dere?
- c. Beveger de seg i grad av mer sosial/idealist eller mer entreprenør?
- d. Hvordan skal sosiale entreprenører måle suksess?
- e. Hvilke faktorer tror du sosiale entreprenører tar hensyn til når de velger organisasjonsform?
 - i. Kontroll, innpass, nettverk, arbeidsområde, finansiering, demokrati, motivasjon
- f. Finnes det offentlig sosiale entreprenører i Norge?

12. Forutsetninger

- a. Hvilke tanker har du om et eget lovverk som gjelder sosiale entreprenører?
 - i. Egen organisasjonsform?
 - ii. Om ikke egen organisasjonsform – Hva da? Hvorfor?
- b. Hvilke tanker har du om politisk tilrettelegging for sosiale entreprenører i Norge?
 - i. Hvordan påvirker den politiske debatten valget sosiale entreprenører tar om organisasjonsform?
- c. Hvordan bør aktører rundt sosiale entreprenører operere?
- d. Hvilke tanker har du om andre aktører?
 - i. Ferd, Innovasjons Norge, Stat, Fylkeskommuner, Kommune, KS
- e. Hva må til?
 - i. Hvilke hindringer finnes? Hvem stopper det opp?
 - ii. Hvem/ hva driver feltet frem?
- f. Ser dere til noen andre land?
- g. Hvordan synes du at sosiale entreprenører bør brukes i praksis?

13. Oppsummering

- a. Helt til slutt, har du noe du har lyst å si som vi ikke har kommet inn på tidligere?
- b. Er det noen andre ting vi ikke har snakket om, som du tror er relevant når det gjelder det som har med valg av organisasjonsform å gjøre?
- c. Oppsummere funn
 - i. Har du noe å tilføye?
 - ii. Har vi forstått deg riktig?

14. Avrundning

- a. Er det ok at vi tar kontakt dersom noe er uklart?
- b. Si takk for intervjuet og opplyse om videre prosess

Vil du delta i forskningsprosjektet

«Hva påvirker sosiale entreprenører ved valg av organisasjonsform»?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvilke forhold som påvirker sosiale entreprenører i Norge ved valg av organisasjonsform. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

I dette prosjektet skal vi undersøke hva som påvirker sosiale entreprenører ved valg av organisasjonsform. Prosjektet er en masteroppgave som avslutter vår mastergrad i Innovasjon og Entreprenørskap ved Høgskulen på Vestlandet (HVL). Vi ønsker å skaffe oss en innsikt i hvordan møtet mellom det offentlige og sosiale entreprenører oppleves, og i hvilken grad dette påvirker valg av organisasjonsform. Videre ønsker vi å undersøke hvilken betydning de sosiale entreprenørenes finansieringskilder har samt hvordan den geografiske tilknytningen til ulike typer organisasjoner og miljøer har innflytelse på valget. I tillegg ønsker vi å identifisere eventuelle andre forhold som bidrar til valg av organisasjonsform.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at det gjennomføres et intervju. Det vil ta deg omtrent 60 minutter. Under intervjuet vil du få spørsmål som gir oss innsikt i hvilke forhold som bidrar til valg av organisasjonsform. Vi vil ta lydopptak og notater fra intervjuet dersom du godkjenner dette.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet og alle opplysninger om deg vil bli anonymisert. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har beskrevet i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Alle opplysninger om deg vil bli behandlet konfidensielt. Det er kun masterstudenter Markus Strupstad Mikkelsen og Therese Bull Pettersen samt veileder, Jill Loga, som vil ha tilgang til denne informasjonen. Alle opplysninger kommer til å bli anonymisert innen prosjektslutt og ingen enkeltpersoner vil kunne bli gjenkjent i den ferdige masteroppgaven.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet skal etter planen avsluttes 20. mai 2019. Eventuelle lydopptak vil slettes etter masteroppgaven er levert og muntlig presentasjon er gjennomført.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke. På oppdrag fra Høgskulen på Vestlandet (HVL) har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Høgskulen på Vestlandet ved Jill Loga, (jill.merethe.loga@hvl.no).
- Vårt personvernombud: personvernombud@hvl.no
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost (personverntjenester@nsd.no) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Markus Strupstad Mikkelsen
Student

Therese Bull Pettersen
Student

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Hva påvirker sosiale entreprenører ved valg av organisasjonsform?», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg har blitt informert om hvordan personopplysninger skal ivaretas. Jeg samtykker herved til å delta som informant i prosjektet.

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, ca. 20. mai 2019.

(Signert av prosjektdeltaker, dato)