

# Verdsetting, entreprenørskap og sosial verdi

*– en dokumentanalyse av et norsk investerings-selskaps  
satsing på sosialt entreprenørskap*

Lars Kristian Millingsjord



**UiO : Universitetet i Oslo**

Masteroppgave ved TIK Senter for teknologi, innovasjon og kultur,

Universitetet i Oslo, vår 2020.

# **Verdsetting, entreprenørskap og sosial verdi**

*– en dokumentanalyse av et norsk investerings-selskaps satsing på sosialt entreprenørskap*

Lars Kristian Millingsjord

© Lars Kristian Millingsjord

2020

Verdsetting, entreprenørskap og sosial verdi – *en dokumentanalyse av et norsk investeringselskaps satsing på sosialt entreprenørskap*

Masteroppgave TIK Senter for Teknologi, Innovasjon og Kunnskap

Samfunnsvitenskapelig fakultet, Universitetet i Oslo

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

## Sammendrag

Denne oppgaven handler om hvordan satsingen til det norske investeringselskapet Ferd på forretningsområdet sosialt entreprenørskap former selvet feltet og verdien som skapes. Ved å gjøre en dokumentanalyse av Ferds omfattende nettsider om sin satsning på sosialt entreprenørskap undersøkes verdsettingspraksiser, måleverktøy og modifiseringsarbeidet som skjer. Investeringselskapet Ferd har nemlig i tillegg til sine vanlige kommersielle forretningsområder et eget felt kalt Ferd Sosiale Entreprenører med en årlig kapital på 35 millioner kroner. Oppgaven trekker på teori fra STS, ANT og verdsettingsstudier for å undersøke hvordan sosialt entreprenørskap og sosial verdi formes og reforhandles i et felt som fortsatt er i en etableringsfase. Med utgangspunkt i Schumpeters økonomiske teori undersøkes også entreprenørskapsdelen av sosialt entreprenørskap.

Analysen i oppgaven viser hvordan de sosiale entreprenørene havner i et hybridområde mellom det kommersielle og ikke-kommersielle. Dette gjør at feltet preges av et spenne mellom det sosiale og det økonomiske, som også gjør seg gjeldende i verdsettingspraksisene og måling og fremstilling av verdi. Dette henger også sammen med entreprenørens status som utelukkende kommersiell, om man bruker forståelsen til økonomen Joseph Schumpeter. Ferd Sosiale Entreprenører presenterer sosiale resultater for alle de sosiale entreprenørene de har investert i via en nettside som brukes i analysen i denne oppgaven. Der kommer det frem hvordan sosial verdi verdsettes og presenteres gjennom en rekke ulike teknologier som presenterer sosiale resultater på både kvantitativ og kvalitativ måte. Det viser også mangelen på standardisering, og et forsøk på nettopp å skape en standard for hvordan dette skal gjøres.

Det økonomiske og kommersielle aspektet ved sosialt entreprenørskap, slik det kommer frem i materialet om Ferd og de sosiale entreprenørene, setter også grenser for hva sosialt entreprenørskap er. Det gjør imidlertid også det sosiale. Men grensene på begge sider er likevel noe uavklart og reforhandles på ulike måter i materialet. Materialet viser også hvordan verdsetting og måling av sosial verdi ideelt sett skal brukes for å styre bedriftene. Med andre ord er konsekvensene av disse praksisene avgjørende for den videre aktiviteten. Den sosiale verdien knyttes også opp til og oversettes i visse tilfeller til økonomisk. I ett av tilfellene jeg ser på skaper dette også kontrovers. Ulike krav til måling kan være en forklaring.

Sosiale entreprenørskap oppholder seg altså i et uavklart rom, i en hybridtilstand, preget av spenning mellom det sosiale og det økonomiske, og standarder som ennå ikke er satt.

## Forord

Takk til veileder Kristin Asdal for uvurderlig støtte og hjelp, inspirasjon og nyttige tilbakemeldinger underveis i dette prosjektet. Og takk til venner og familie, og spesielt min samboer Morten som har støttet og oppmuntret meg gjennom hele prosessen med denne oppgaven.

# Innholdsfortegnelse

1 Introduksjon .....	1
1.1 Problemstilling .....	2
1.2 Oppgavens struktur .....	4
2 Teori og metode .....	6
2.1 Teoretisk bakteppe – STS .....	7
2.1.1 En dreining mot politikk og økonomi .....	8
2.1.2 Aktør-nettverksteori .....	10
2.2 Verdi som handling og praksis .....	11
2.2.1 Verdsetting av natur .....	12
2.2.2 Verdsetting av velferd .....	13
2.2.3 Det kvalitative og kvantitative i verdsetting .....	15
2.3 Finansialisering og økonomisering .....	16
2.3.1 Sosialt entreprenørskap som eksempel på finansialisering .....	18
2.4 Tallteknologier, markedsmekanismer og modifisering av markedet .....	19
2.5 Den gode økonomi .....	21
2.6 Dokumentenes rolle.....	22
2.6.1 Ferd's nettsider som dokumenter .....	23
2.7 Etske problemstillinger .....	24
3 Entrepenørskap og verdi hos Joseph Schumpeter.....	26
3.1 Økonomi som sirkulære strømminger .....	26
3.2 Hvordan påvirker entreprenøren økonomien?.....	27
3.3 Finnes egentlig sosial verdi? .....	29
4 Case: Ferd – fra tobakksfabrikk til sosialt entrepenørskap.....	32
4.1 Sosiale entrepenører som avløsning for pressede velferdsstater.....	33
4.2 Utvelgning – hva er den ideelle sosiale entrepenøren for Ferd?.....	36
4.2.1 Hvilke sosiale entrepenører har Ferd investert i?.....	38

4.3 Forskerfabrikken: kommersiell eller ideell? .....	41
4.3.1 En mistenkeliggjort modell .....	44
4.4 Hvordan dokumentere sosial verdi? .....	46
4.4.1 Trivselsleder: bred effekt, livsforbedrende påvirkning .....	50
4.4.2 Atlas Kompetanse: dyp effekt, livsendrende påvirkning .....	52
4.4.3 Atlas Kompetanse: «Den gode historien» .....	53
4.4.4 Unicus: samfunnsøkonomisk verdi .....	55
4.4.5 FNs bærekraftsmål – en fellesnevner .....	57
4.5 Unicus: «10 år med dobbel bunnlinje» .....	61
4.5.1 Hvordan styres en bedrift med dobbel bunnlinje? .....	62
4.6 Intempo og Bravo-leken: evalueringsrapport, som bestilt! .....	64
4.7 Oppsummering del 1: Ferd Sosiale Entreprenører og Schumpeter .....	67
4.8 Oppsummering del 2: Sosial verdi – spenning og uavklarte standarder .....	70
5 Konklusjon .....	75
5.1 Oppgavens begrensninger og videre forskning .....	76
Litteraturliste .....	78





# 1 Introduksjon

Sosialt entreprenørskap har kanskje ikke blitt et allment kjent begrep i Norge enda, men det er likevel et betydelig og voksende felt som flere viktige norske aktører forholder seg til. Regjeringen har for eksempel utalt at den «vil bedre betingelsene for bruk av sosiale entreprenører og frivillig sektor i velferdssystemet» (Regjeringen 2019). De finnes en offentlig tilskuddordning for sosiale entreprenører med et budsjett for 2020 på cirka 16 millioner kroner (NAV 2020). Det norske investeringsselskapet Ferd AS har sosiale entreprenører som et av sine forretningsområder, der de anvender en kapital på cirka 35 millioner i året (Ferd u.å.-e). Det er dette investeringsselskapets satsing på sosialt entreprenørskap som er hovedelementet for denne oppgaven, men først skal jeg introdusere dette litt nærmere.

Sosialt entreprenørskap er med andre ord et felt hvor både private og offentlige er interesserte, investerte og bruker betydelige økonomiske midler på. Derfor er det interessant å undersøke hva som kommer ut av dette og ikke minst hva som skiller det fra for eksempel frivillig sektor som ble nevnt i sitatet ovenfor. Ettersom det også er et forholdsvis nytt og ukjent felt for mange, er det interessant å se om det er ferdig etablert eller om det finnes uavklarheter og spenninger rundt forståelser og praksiser hos entreprenørene selv, investerte aktører og hvordan det møter med samfunnet. At de betegnes som entreprenørskap er også interessant å se i en historisk kontekst for å undersøke hvilke endringer eller modifiseringer som eventuelt har skjedd, og hva som har gjort at valget har falt på nettopp entreprenørskap for feltet.

Hva er så sosialt entreprenørskap? Det er noe av det jeg håper å undersøke i denne oppgaven, og kanskje spesielt hva som er det sosiale ved sosialt entreprenørskap. Dette trekker med videre til hvordan det sosiale måles av sosiale entreprenører. Jeg har derfor valgt å trekke frem sosial verdi som et sentralt element som jeg skal undersøke innenfor sosialt entreprenørskap i denne oppgaven. I de fleste forståelse jeg har møtt, som også vil komme frem i løpet av oppgaven, forstås sosialt entreprenørskap gjerne som å bruke entreprenørskap til å skape sosial verdi, effekt eller det som mange kaller *impact*. Dette knytter det også opp mot en del av teorien jeg skal bruke i analysen, særlig når jeg trekker på litteratur fra verdsettingsstudier. Det bør imidlertid understrekes at det er stort spenn både innen det som omtales som sosialt entreprenørskap og grensene til nærliggende fenomener som CSR (Corporate Social Responsibility/Bedriftens samfunnsansvar), ideelle organisasjoner, og kanskje også tradisjonelt entreprenørskap. Her i oppgaven skal jeg imidlertid avgrense meg til

sosialt entreprenørskap uten å definere det noe ytterligere utenom det som kommer frem gjennom analysen. Avgrensingen går i så måte kanskje heller på materialet som ses på, der det i hovedsak er en aktør jeg vil undersøke, nemlig det allerede nevnte investeringsselskapet Ferd som har en uttalt satsing på sosialt entreprenørskap. De har jo også en rekke andre forretningsområder, som jeg kommer tilbake til, men jeg skal konsentrere meg om det som omtales som sosialt entreprenørskap. Det er en rekke spørsmål som er relevante i møte med dette og som jeg kommer til å stille og forsøke å svare på. Det gjelder blant annet hvordan de ulike aktørene forholder seg til verdi og sosial verdi? Hvordan blir verdi sosialt, hvilke prosesser gjennomgår denne verdien (deriblant med hensyn til måling og resultatfremstilling) og hva blir sosial verdi som et resultat av disse? Et annet element jeg vil se på er hvor sosialt entreprenørskap plasserer seg om man ser på det i sammenheng med innovasjonslitteraturen og den klassiske entreprenøren. Hva var og er det med denne figuren som gjør den åpen for 'det sosiale'? Også om materialet viser at det er en bevegelse fra det rene økonomiske mot det sosiale, om det kanskje heller er motsatt, eller kanskje er det bevegelser i begge retninger som resulterer i sosialt entreprenørskap.

Dette mener jeg er viktig å belyse, blant annet fordi norsk offentlig og privat sektor benytter seg av og investerer i slike selskaper. Kan det å se nærmere på en av aktørene knyttet til feltet, nemlig Ferd og hvordan de forholder seg til verdi, fortelle noe om hva de får igjen? Kan det fortelle noe mer om hva sosialt entreprenørskap konkret er (for dem eller i denne sammenheng)? Hva er det som gjør det sosialt? Hvordan velger de ut hvilke bedrifter de skal investere i? Noen av disse bedriftene selger jo også tjenester til det offentlig, så et søkelys rettet mot måling og verdi kan kanskje si noe om hva disse også får igjen? Dette vil si at jeg som del av min analyse vil se på praksiser for å måle sosiale verdi, og måter å framstille sosial verdi og sosial effekt på. Dette vil også si oss noe om hva både sosialt entreprenørskap og sosial verdi er for de aktørene jeg undersøker materiale fra. Det er også interessant å se på hvordan disse fenomenene, både sosial verdi og sosialt entreprenørskap formes gjennom materialet jeg skal se på. Hva skjer med de i tekstene og fremstillingene, og hva blir de til.

## 1.1 Problemstilling

Det er med andre ord en rekke spørsmål jeg både vil stille og forsøke å bidra til å svare på. Likevel knytter oppgaven seg opp mot to hovedspørsmål, som er selve forskningsspørsmålene eller problemstillingen. Det første er:

*-Hvordan formes sosial verdi hos Ferd og de sosiale entreprenørene de investerer i?*

Siden jeg skal trekke på verdsettingslitteraturen i STS og økonomisk sosiologi for å forstå dette vil særlig verdsettingspraksiser bli i fokus. Hvilke verdsettingspraksiser brukes av Ferd og de sosiale entreprenørene i materialet? Spesielt er det interessant å se på sosial verdi ettersom det vanskelig lar seg måle og slike praksiser da kanskje blir ekstra synlige i arbeidet for å få målt sosial verdi og fremstilt det som resultater for omverdenen. Hvilke standarder finnes? Og dersom standarder mangler, hvilke forhandlinger skjer i utviklingen av måter å måle og verdsette? Jeg kommer nærmere tilbake til dette med verdsettingslitteraturen og verdsettingspraksiser i kapitlet om teori og metode.

Det andre forskningsspørsmålet jeg stiller er:

*-Hvordan forholder sosialt entreprenørskap seg til den klassiske entreprenørskapsfiguren (med utgangspunkt i Schumpeters økonomiske teori)?*

Noe av grunnen til at jeg vil undersøke nettopp dette er at økonomen Joseph Schumpeter fortsatt i dag har en sentral rolle innenfor studier av innovasjon og entreprenørskap, noe jeg kommer nærmere tilbake til i kapittel 3 om hans teori. Det er også interessant med tanke på å undersøke det sosiale ved sosialt entreprenørskap. For ved å sette disse formene for entreprenørskap sammen kan jeg også belyse hva det er som gjør det sosialt. Altså at ved å se på entreprenørskap i en klassisk forstand, slik Schumpeter beskrev det i sin økonomiske teori, kan det kanskje vise hva som er det sosiale. Jeg vil også undersøke hvilket arbeid som skjer i materialet med å gjøre entreprenøren og entreprenørskapet sosial(t). Er det noen problemer med å bruke nettopp entreprenøren for det sosiale. Det kan også være interessant i seg selv, å se hva det er som gjenstår av den klassiske entreprenøren i det som omtales som sosialt entreprenørskap. Og videre, som nevnt, hva det er med entreprenøren som eventuelt åpner opp for det sosiale, og hvordan denne åpningen skjer.

Jeg bør understreke at med det første spørsmålet om hvordan sosial verdi formes, inkluderer en helhetlig tilnærming til prosessene rundt hvordan man forholder seg til verdi. Blant annet hvordan den oversettes og fremstilles for omverdenen. Blir verdien 'sosial' eller er det en iboende egenskap ved verdien, i seg selv? Dette knytter seg også opp til spørsmålet om hva som er sosialt entreprenørskap, og videre hva som er det sosiale ved det. Noe av det vil også kunne knyttes til det andre spørsmålet. Ettersom forholdet mellom sosialt entreprenørskap og den klassiske entreprenøren kan si noe om hva sosialt entreprenørskap er, som da videre kan si noe om hva som er det sosiale og hva sosial verdi er. Med den klassiske entreprenøren

siktes det som sagt særlig til den sentrale økonomen Schumpeters forståelse av entreprenøren og dens rolle i et økonomisk system.. Det er heller ikke nødvendigvis snakk om å forholde seg bevisst til den klassiske entreprenørskapsfiguren, men kan også være hvordan de overlapper og skiller seg fra hverandre, samt undersøke hva som gjorde at nettopp entreprenørskap hadde en åpning (eller hvordan den ble åpnet) for at det kunne legges til det sosiale aspektet. Jeg vil se nærmere på Schumpeter og hans forståelse av entreprenøren i kapittel 3.

## 1.2 Oppgavens struktur

Denne oppgaven er delt i totalt fem kapitler der det neste av de er Kapittel 2 Teori og metode. Ettersom oppgaven plasserer seg innen vitenskaps- og teknologistudier (STS), aktør-nettverksteori og verdsettingsstudier, er også dette kapittelet bygget opp slik. Med utgangspunkt i STS går jeg innom aktør-nettverksteori for å danne både en historisk og teoretisk base. Deretter går jeg videre til verdsettingsstudier, med eksempler på analyser som er gjort av forskere innenfor feltet og trekker på sentrale begrep som skal brukes i oppgaven her. Deretter forklarer jeg hvordan man kan studere dokumenter i en slik tradisjon, ettersom det er dokumentanalyse som er den gjeldende metoden i min oppgave. Kapittelet avsluttes med en drøfting av de etiske problemstillingene knyttet til denne oppgaven.

Veien videre går til kapittel 3 med en redegjørelse for noe av Joseph Schumpeters økonomiske teori, med særlig vekt på entreprenørens rolle og hvordan han beskriver denne entreprenørfiguren. Kapittelet avslutter med å se på en artikkel Schumpeter skrev om sosial verdi ettersom det er interessant at han var opptatt av temaet og skrev om det allerede i 1909. Det er også relevant for denne oppgaven å se hvordan Schumpeters drøfting rundt sosial verdi kan knyttes opp mot versjonen av sosial verdi vi møter i materialet jeg skal se på i analysen i kapittel 4.

Etter kapittelet om Schumpeter og hans teorier om entreprenøren går jeg videre til selve analysen i kapittel 4. Der tar for meg materiale fra nettsidene til investeringselskapet Ferd. Analysen er strukturert rundt de ulike delene av nettsidene jeg har valgt ut hvor jeg trekker på de analytiske begrepene forklart i teori og metode-kapittelet. Kapittelet starter med en introduksjon til selskapet og deres historie før jeg snevrer inn fokuset til det som har med sosialt entreprenørskap å gjøre. Jeg trekker på ulike beskrivelser de gjør av sosialt entreprenørskap og argumenter som brukes for å fremme feltet. Deretter ser jeg på hvordan

Ferd og et av selskapene de har investert i forholder seg til forretningsmodellen sosialt entreprenørskap. Dette undersøker jeg blant annet ved å se på utvelgingsprosessen og utviklingsprogrammet Ferd har for de sosiale entreprenørene, som trekkes på for å bygge ut rundt hva som er sosialt entreprenørskap for dem. Jeg ser på selve modellen sosialt entreprenørskap og hvordan dette formes i materialet, særlig med tanke på det kommersielle og ikke-kommersielle. Deretter går jeg videre til dokumentering av sosial verdi, der jeg særlig benytter meg av materiale fra en resultatside for de sosiale entreprenørene de har investert i. Jeg trekker frem noen av bedriftene spesielt fordi de tydelig viser hvilke verdsettingspraksiser som brukes og hvilke målinger som tas i bruk for å presentere sosiale resultater. Videre går til hvordan dobbel bunnlinje brukes for å forklare forretningsmodellen ytterligere og hvordan egne styringsverktøy er utviklet for å styre slike bedrifter. Det siste elementet før jeg går til oppsummeringen er en evalueringsrapport bestilt av Ferd for å evaluere et av selskapene de har investert i. Denne rapporten skapte debatt og jeg viser dermed hvordan denne rapporten blir brukt og hvordan denne bruken er med på å vise både hva sosialt entreprenørskap og sosial verdi er for dem, samt det uavklarte rundt hvilke krav det stilles til dokumentering av sosial verdi. Alt materialet for oppgaven er offentlig tilgjengelig på internett, der mesteparten er hentet fra Ferd's egne nettsider. Analysen avsluttes med en todelt oppsummering, først trekker jeg inn teorien jeg har gjort rede for hos Schumpeter for å se på det jeg har vist i analysen i lys av hans teori, og trekker ut noen nye poeng på bakgrunn av dette. Deretter oppsummerer jeg det analytiske resultatene knyttet til teorien fra STS, Aktør-nettverksteori og verdsettingsstudier samtidig som jeg trekker frem elementer som kanskje ikke kom frem da jeg så på de ulike delene av materialet hver for seg.

Kapittel 5 er det siste kapitlet og inneholder en konklusjon for å lande oppgaven og se på resultatene i lys av utgangspunktet jeg gjorde rede for i innledningen. Deretter ser jeg også kort på noen begrensinger ved oppgaven med tanke på teori, metode og datautvalget jeg har sett på. Og helt til slutt skisserer jeg noen forslag til det som kunne vært videre forskning på oppgavens tema og materiale.

## 2 Teori og metode

For å se nærmere på hvordan sosial verdi og sosialt entreprenørskap formes, fremstilles og måles i Ferd sitt arbeid med sosialt entreprenørskap skal jeg ta i bruk teori og trekke på eksempler fra analyser i feltet STS (Science and Technology Studies), ANT (Aktør-nettverksteori) og verdsettingsstudier. Formålet med å trekke på disse er blant annet å undersøke hvilke avgrensinger som gjøres i det materialet jeg ser på og hvordan ulike objekter endres og reforhandles, samt belyse verdsettingspraksiser. Jeg skal her først vise noen av hovedtrekkene ved STS og beskrive vendingen fra teknologi og vitenskap til blant annet økonomi, økologi og politikk, for å vise hvordan det også kan brukes i oppgaven her. Videre trekker jeg inn ANT som er særlig nyttig for å belyse hvordan fakta og objekter skapes, og som kan ligge som et bakteppe både for oppgaven min, men er også tydelig til stede i flere av eksemplene jeg trekker på fra litteraturen. Deretter skal jeg presentere verdsettingsstudier som er en retning innen STS som ser på praksisene for hvordan noe verdsettes, som igjen er nyttig når jeg skal undersøke sosial verdi her i oppgaven. Fra verdsettingsstudier trekker jeg inn noen eksempler på analyser som er gjort av forskere innen verdsetting, henholdsvis av natur og velferd. Med hjelp av disse viser jeg hvordan verdsetting kan analyseres og dermed også hvordan jeg skal gjøre nettopp dette i denne oppgaven. Blant annet ser jeg på hvordan man kan undersøke både det kvalitative og det kvantitative i verdsettingen. Deretter går jeg videre til noen sentrale analytiske begreper fra feltet og nærliggende/overlappende felt. Først ut finansialisering og økonomisering, der jeg trekker på en artikkel som også spesifikt omtaler sosialt entreprenørskap. Dette viser både et perspektiv for å forstå sosialt entreprenørskap og at temaet jeg skal undersøke har blitt sett på innenfor feltet verdsettingsstudier tidligere. Deretter trekker jeg inn hvilke funksjoner tallteknologier kan ha for å forme en sak og hvordan markedsmekanismer kan tas i bruk. Videre trekker jeg på co-modifikasjon for å vise hvordan man kan lese ut av materialet måter marked og objekter modifiseres. Til slutt ser jeg på «den gode økonomi» som er foreslått som en inngang for å forstå og undersøke bioøkonomien, og reflekterer rundt hvordan dette kan trekkes videre til min sammenheng.

Gjennom fremstillingen og presentasjonen vil jeg også vise hvorfor det er relevant å trekke på i denne litteraturen i oppgaven og eksemplifiserer hvilken nytte den kan ha i møte med materialet. Jeg benytter også redegjørelsen for teorien for å plassere meg selv og oppgaven innenfor et akademisk område med tanke på både tematikk og tilnærming. Det neste jeg trekker inn er dokumentanalyse som er metoden i denne oppgaven. Jeg viser hvordan det kan

gjøres innenfor feltet som oppgaven plasserer seg i, og dermed også hvordan det skal gjøres her. Kapittelet avsluttes med en refleksjon rundt hvilke etiske aspekter jeg må ta hensyn med tanke på egen posisjon, materialet jeg skal se på og de aktørene som eventuelt kan påvirkes av at jeg benytter meg av det i denne analysen.

## 2.1 Teoretisk bakteppe – STS

Denne oppgaven plasserer seg innenfor vitenskaps- og teknologistudier eller STS (Science and Technology Studies) som det gjerne omtales, også på norsk (Skjølsvold 2015:9). STS har også blitt utvidet og brukt bredere enn hva det først gjorde, blant annet studerer forskere innen STS også kjønn, demokrati og politikk for å nevne noen (Skjølsvold 2015:9). Jeg skal derfor gi en kort innføring og trekke frem de delene som er mest sentrale for tilnærmingen i denne oppgaven. I innføringsboken til STS *Vitenskap, teknologi og samfunn* går forfatteren Tomas Moe Skjølsvold gjennom ulike perspektiver fra STS som brukes for å forstå teknologi og vitenskap i møte med samfunnet (Skjølsvold 2015:168). Introduksjonen ender i en forståelse av vitenskap som noe som produseres, noe som blir til i en samfunnsramme ved hjelp av ulike praksiser (Skjølsvold 2015:168). Noe av det samme gjelder for teknologi der man tar avstand fra det teknologideterministiske, altså teknologien som gitt, mens man innenfor STS heller forstår teknologier som sosialt konstruerte (Skjølsvold 2015:168).

Hva vil det si at vitenskapelig kunnskap konstrueres? Skjølsvold trekker frem at det handler om å belyse vitenskapsproduksjonen som et praksisfelt (Skjølsvold 2015:40). At man ved å beskrive den som konstruert og sosialt konstruert bruker en metafor for å få frem at det er noe som produseres (Skjølsvold 2015:40). Selv om man har krav til å beskrive det som gjøres i forskningen i metodekapitler er det mer enn det som står i disse kapitlene som har betydning eller påvirkning på vitenskapen (Skjølsvold 2015:40). Det er imidlertid ikke det samme som å si at forskere bare finner på forskningsresultatene, men heller at man innenfor STS studerer prosessene for at resultatene ble de som presenteres utad (Skjølsvold 2015:41). *Det sterke programmet* er en tilnærming innen vitenskapssosiologi som særlig så på hvordan noen fakta og ideer ble vinnere og andre tapere, det vil si at noen fikk fotfeste og ble en del av kulturen og samfunnet, mens andre ikke (Skjølsvold 2015:41-43). Disse faktaene ble del av samfunn og kulturer «til spesielle tider og på spesielle steder» (Skjølsvold 2015:41). Og derfor måtte man studere omstendighetene rundt for å finne hvilke faktorer som ledet til at de ble det (Skjølsvold 2015:41). Skjølsvold trekker frem David Bloor som den mest sentrale skikkelsen

for denne skolen (Skjølvold 2015:41). Innen denne skolen hadde man størst søken etter makroforklaringer og brukte ofte historiske metoder (Skjølvold 2015:43). En annen skole så mer på mikronivå, der Harry Collins trekkes frem som sentral figur (Skjølvold 2015:43). Collins så mer på selve konstruksjonen av vitenskap slik den kunne observeres i for eksempel laboratorier (Skjølvold 2015:43). Arbeidet bak og redskapene som var nødvendige eller i alle fall ble brukt for å komme frem til vitenskapelige fakta var mye av det Collins forsøkte å finne i sin forskning (Skjølvold 2015:44). Eksperimentet er et eksempel på et slikt redskap, og som Collins også undersøkte (Skjølvold 2015:44). Han formulerte en kulturmodell som tilsa at man for å reproducere et eksperiment og dets resultater måtte også kulturen overføres, for selv om det ble beskrevet hva man gjorde, skjedde dette i en bestemt tid, på et bestemt sted og ble utført av en bestemt gruppe mennesker (Skjølvold 2015:45). Et annet poeng han oppdaget var hvordan avsenderen av forskning påvirket hvordan det ble mottatt, altså forskerens status og rykte ellers i det akademiske miljøet (Skjølvold (2015:45). For eksempel, skriver Skjølvold i et eksempel om forskeren John Weber, som etter å ha fått avvist noe av forskningen sin, ble kjent for å være god til «å massere» data (Skjølvold 2015:46). Dette siste leder oss også til et annet poeng, nemlig at selv blant forskere var det bevissthet rundt at man kunne tolke data i ulike retninger og at dataene med andre ord ikke talte for seg selv, men måtte fortolkes (Skjølvold 2015:46).

### 2.1.1 En dreining mot politikk og økonomi

Det viktigste punktet ved STS og vitenskapsforståelsen man kan trekke ut av den er at man tar avstand fra en internalistisk forklaringer på vitenskapen. Altså at det vitenskapelige arbeidet ikke er en avdekking av det som ligger klart i naturen, men at denne vitenskapelige kunnskapen produseres i en ramme av samfunn og kultur (Skjølvold 2015:108). Videre vil jeg ta med meg det Skjølvold skriver om at kunnskapsproduksjon også er produksjon av makt som følge av en sammensetting av fakta også gjør noe med virkeligheten (Skjølvold 2015:109). Man kan nok hevde at mye av den kunnskapen og de faktaene jeg skal undersøke ikke er av vitenskapelig art, men som jeg skal vise nedenfor er oppgaven min mer i tråd med dreiningen i STS som gikk over til å studere økonomi og politikk. Likevel er det relevant å se på hvordan kunnskapen ble produsert på lik linje med det jeg har beskrevet ovenfor. Det er også interessant hvordan de i så fall kan knyttes opp mot styring og kontroll, altså former for makt, om ikke i samfunnet generelt, så i mitt materiale innad i bedriftene og forholdet mellom Ferd og de bedriftene de investerer i.



I historien til STS har det som sagt skjedd en dreining, som gjorde at forskningsobjektene ble utvidet fra teknologi og vitenskap til også politikk og økonomi. Boken *Technoscience*, en antologi av ulike arbeid innen STS, er nyttig for å vise nettopp denne dreiningen samt det mangfoldet som man kan finne innenfor feltet STS. Introduksjonen av boken gir også en innføring i teorien bak og hvordan den utviklet seg til å omhandle ulike og flere typer forskningsobjekter og steder. I denne innledningen forklares det hvordan STS-feltet har beveget seg over til temaer som økologi, økonomi og politikk og offentlig administrasjon (Asdal, Brenna og Moser 2007:41). I møte med økonomi, og kanskje særlig økonomi som fag ble det understreket av STS-forskere hvordan økonomi måtte forstås som en materiell praksis, det vil si at man kunne forstå det som en slags teknologi (Asdal, Brenna og Moser 2007:43). For å studere økonomi og politikk bygde man på vitenskapsstudier, Foucaults «governmentality»-tradisjon, fokus på teknologier og styringspraksiser, og laboratoriestudiene og hvordan de belyser produksjon og dannelsen av nye enheter og objekter (Asdal, Brenna og Moser 2007:43-44). Dermed kan jeg på lignende vis, benytte meg av tilnærminger fra STS for å studere sosial verdi i lys av hvilke prosesser og praksiser som brukes for at sosial verdi skal bli til. Med andre ord hvilke teknologier og praksiser som er involvert og hvordan disse produserer enheter og objekter, blant annet som former for sosial verdi. De trekker frem boken *The Laws of the Markets* fra 1998 av Michel Callon, der det særlig er et poeng som er interessant å ta med seg også i denne oppgaven. Nemlig hvordan økonomi har blitt kritisert i økonomisk sosiologi for å beskrive en modell-virkelighet som ikke finnes, for eksempel den rasjonelle økonomiske aktøren (Asdal, Brenna og Moser 2007:43). Men i stedet for å fortsette denne kritikken, valgte heller Callon å undersøke hvordan denne aktøren skapes (Asdal, Brenna og Moser 2007:43). Med andre ord hvordan økonomifaget skaper økonomiske aktører. Som nevnt tidligere, at økonomien må forstås som en teknologi og materiell praksis. Så selv om Callon forklarer økonomifaget som noe performativt, som skaper og former økonomien heller enn å observere den, burde analysen heller være rettet mot hvordan dette skjer i praksis (Asdal, Brenna og Moser 2007:43).

«Framing» er et annet begrep fra Callon vi kan ta med oss fra introduksjonen i *Technoscience* (Asdal, Brenna og Moser 2007:44). De trekker det inn i forbindelse med boken *Political Machines: Gouverning a Technological Society* fra 2001 av Andrew Barry, der han trekker linjer til Callon sitt «framing»-begrep (Asdal, Brenna og Moser 2007:44-45). Dette gjør Barry i sine studier av politikk, for å understreke hvordan noe blir del av den politiske diskusjonen (Asdal, Brenna og Moser 2007:44-45). For Callon var dette mer knyttet til økonomien, der

han lot seg inspirere av begreper positive og negative eksternaliteter som brukes i økonomien, som at forurensing fra et selskap som ikke ga selskapet noen økonomiske kostnader er en negativ eksternaliteter (Asdal, Brenna og Moser 2007:44). Innen økonomien ble dette deretter beskrevet som en svikt i markedet som førte til etterspørsler for økonomiske intensiver av ulik art, som for eksempel grønne skatter og å sette økonomisk verdi på naturen (Asdal, Brenna og Moser 2007:44-45). Med andre ord, og særlig slik det ble brukt i møte med politikk, beskriver det hvordan grensene for hva som regnes som del av innsiden eller utsiden av noe endres og reforhandles (Asdal, Brenna og Moser 2007:45). Dette tenker jeg kan være særlig nyttig å bruke når jeg i oppgaven skal ta for meg de sosiale verdiene, for hvilke uenigheter og forhandlinger skjer knyttet til verdiene og hva som involveres. Også i møte med selve fenomenet sosialt entreprenørskap, slik det gjøres i praksis av Ferd og bedriftene de investerer i er dette et interessant perspektiv å ta med seg.

### 2.1.2 Aktør-nettverksteori

Aktør-nettverksteori er et rammeverk utviklet av Michel Callon, Bruno Latour og John Law (Sismondo 2010:81). Som et viktig teoretisk bidrag innenfor STS, er den også viktig i denne oppgaven. I en introduksjonsbok for STS av Sergio Sismondo, beskrives ANT som relasjonell materialisme (*Relational Materialism*) (Sismondo 2010:81). Den materialistiske delen forklarer hvordan fakta og objekter er resultater av handlinger, krefter og interesser som har blitt *oversatt* (Sismondo 2010:92). Mens den relasjonelle delen handler om hvordan aktører er knyttet til hverandre i nettverk, der også det ikke-menneskelige kan gis aktørstatus (Sismondo 2010:92).

Jeg skal imidlertid ikke gå for langt inn i denne teorien, da den ligger mer som et bakteppe som jeg kan dra videre inn og knytte sammen med annen teori i møte med materialet jeg skal analysere. Den er også tydelig til stede i beskrivelsen ovenfor om blant annet teknologier og praksiser og hvordan objekter og enheter produseres. Derfor nevner jeg det heller kort her, mer for å plassere meg selv i det teoretiske landskapet, enn for å gi en dyptgående gjennomgang som skal brukes eksplisitt i oppgaven. Jeg skal derfor heller gå videre for å vise mer av det som knytter seg til økonomi innen STS og mer spesifikt verdsettingsstudier. Dette er en retning som blant annet ser på ulike verdsettingspraksiser. Det vil si for eksempel hvordan ulike modeller, verktøy, og kulturelle og politiske kontekster påvirker både hva som går inn i og hva som kommer ut av prosessene ved å sette verdi på noe.

## 2.2 Verdi som handling og praksis

I en artikkel fra 2012 i tidsskriftet *The Sociological Review* analyserer den franske STS-forskeren Fabian Muniesa en pragmatisk tilnærming til å studere verdi som et svar på misnøye med en binær tilnærming til verdi innen sosiologi (Muniesa 2012:24). Den sosiologiske binære tilnærmingen forklares med at analyser ofte forholder seg til både verdi som bestemt av folks vurderinger av noe, og noe iboende i tingen som følge av dens egenskaper (Muniesa 2012:24). Som svar på dette foreslår Muniesa en pragmatisk løsning, som særlig trekker på John Dewey sin tilnærming til verdi (Muniesa 2012:24). Muniesa undersøker denne pragmatiske tilnærmingen ved å se på finansiell verdsetting i tidlig pedagogisk materiale i forbindelse med profesjonaliseringen av *business administration* samtidig som han diskuterer nyttigheten av den pragmatiske tilnærmingen i møte med moderne finansiell verdsetting (Muniesa 2012:24). Og verdsetting er et viktig ord her, for Muniesa skriver at man for å forsvare en slik pragmatisk tilnærming er nødt til å gå fra verdi til verdsetting som studieobjekt (Muniesa 2012:24). Dette forklarer han videre er nettopp dette Dewey argumenterer for, å heller rette søkelyset mot verdsetting som ren handling (Muniesa 2012:25). Dewey legger ifølge Muniesa fokuset over på aktiviteter, prosesser og praksiser som resulterer i verdi, og dermed beveger han seg også vekk fra spørsmål rundt subjektiv eller objektiv verdi (Muniesa 2012:25). Dette er fordi han fremhever handlingene som ikke er like utelukkende subjektivt eller objektivt (Muniesa 2012:25). Ved å gå fra verdi til verdsetting går man over til å se på handlingene som kan forstås som noe som skjer med noe, der det som skjer knyttes til vurdering eller til relasjon, eller begge deler (Muniesa 2012:26). Muniesa forklarer at Dewey forstår verdi som både bestemt av hvordan noe vurderes og av relasjonen til andre ting (Muniesa 2012:26). Derfor argumenterer han for å heller studere verdsetting ettersom fokuset da går over på selve handling, altså det som skjer med verdien (Muniesa 2012:26). Her beveger jeg meg også nærmere inn i den teoretiske kjernen som denne oppgaven benytter seg av. Det jeg så på tidligere med STS og ANT er fortsatt med, men studieobjektet har endret seg noe og derfor skal jeg også gi noen mer konkrete eksempler på hvordan dette gjøres for å vise hvor min analyse plasserer seg. Derfor skal jeg nå først se på noen eksempel hvor man har studert verdsetting, først av natur, deretter av velferd og til sist i forretningsmodeller (business models).

### 2.2.1 Verdsetting av natur

Et sentralt bidrag innen verdsettingsstudier jeg skal gå inn på er artikkelen «Cents and Sensibility: Economic Valuation and the Nature of «Nature»» av Marion Fourcade. Hun analyserer empiriske eksempler på verdsetting av natur i forbindelse med maritime oljesøl i Frankrike og USA (Fourcade 2011:1724). Dette er interessante tilfeller fordi de innebærer at noe utenfor markedet, noe ikke-kommersielt, gis en verdi i penger, altså en eller økonomisk verdi (Fourcade 2011:1724). Dette utenfor markedet kan forklares med at oljesølene førte til tap (av natur) og disse tapene var av ikke-kommersiell karakter (Fourcade 2011:1724). Dette førte til at vanlige folk og eksperter skulle finne den økonomiske verdien av disse tapene (Fourcade 2011:1724). Den økonomiske verdien av disse tapene ble gjennom rettssystemet etablert gjennom ulike prosesser, der disse prosessene er noe av det Fourcade undersøker i artikkelen (Fourcade 2011:1724). Målet med disse prosessene Fourcade undersøker er jo å finne en passende økonomisk kompensasjon for disse tapene som består av ødeleggelser i naturen (Fourcade 2011:1724). Fourcade undersøker disse prosessene for å avdekke og belyse de sosiohistoriske betingelsene og prosessene for at dette skjedde og at de fikk de resultatene det fikk (Fourcade 2011:1723). Dette gjøres igjen for å vise hvordan økonomisk verdsetting er prosesser som avhenger av den sosiale konteksten, politikk, lokalitet og tiden det skjer i (Fourcade 2011:1724). Fourcade understreker at det er en rekke interessefelt som forslår hvordan natur verdsettes i tillegg til pengeverdi og at disse ikke nødvendigvis lar seg sammenligne, men at de likevel hører hjemme i analysen (Fourcade 2011:1725-1726). Fourcade gir eksempler på disse interessefeltene, som blant andre en urbefolkning som påpeker verdi knyttet til historie og identitet, mens miljøbevegelsen har andre arters rettigheter i fokus (Fourcade 2011:1725). Fourcade fremmer at man i en analyse må undersøke hvordan disse grunnene for bevaring av natur og lignende påvirker hvordan den verdsettes økonomisk (Fourcade 2011:1726). I sum er det særlig praksiser og institusjoner, og hvordan disse utspiller seg til økonomiske verdier som drøftes i artikkelen (Fourcade 2011:1726).

Artikkelen til Fourcade trekker på en økonomisk verdsettingssosiologi (Fourcade 2011:1727). I møte med en slik økonomisk verdsetting fortsetter hun med å stille spørsmål om hvorfor man ender opp med å måle i pengeverdi ettersom det ikke er noe naturlig i seg selv med å ta i bruk økonomisk verdi (Fourcade 2011:1727). Videre må man undersøke hvordan denne verdsettingen skjer, det vil si hvilke teknikker og argumenter som brukes for å få ut en pengeverdi (Fourcade 2011:1727). Dette kan videre uttrykkes gjennom hva og hvem er det

som omfattes i prosessen (Fourcade 2011:1727-1728). Deretter går hun videre til å undersøke hvilke konsekvenser denne verdien får etterpå, for eksempel hvordan vi forholder oss til objektet som har blitt økonomisk verdsatt (Fourcade 2011:1728). Videre forklarer hun hvordan både kulturelle antagelser om pengers rolle, institusjonelle disposisjoner for hvilke typer ekspertise som aksepteres, og kulturelle syn på naturen påvirker om økonomisk verdsetting aksepteres og hvordan det gjøres (Fourcade 2011:1740). Økonomer i rettssystemet og deres metoder ble forsøkt fremstilt som nøytrale, men Fourcade avviser dette, og understreker det performative ved praksisene (Fourcade 2011:1764). Når det gjelder hvordan det verdsetting gjøres, bruker Fourcade empiriske eksempler for å vise hvor sentrale økonomiske teknologier er for utfallet (Fourcade 2011:1740). De økonomiske modellene og teknologiene som brukes i verdsettingen har en performativ effekt, men denne effekten er ikke en selvfølge (Fourcade 2011:1724). For at modellene og teknologiene skal ha en slik performativ effekt kreves det at de støttes fra politisk og institusjonelt hold, og de må også oppfylle kulturelle forventinger (Fourcade 2011:1724-1725).

Når jeg i analysen skal ta for meg materialet fra Ferd og undersøke hvordan sosiale verdi fremstilles og formes er det interessant å trekke på perspektivene fra Fourcade. Det første vil være å undersøke om verdi måles og fremstilles økonomisk i materialet jeg skal se på. Med andre ord om verdien uttrykkes økonomisk eller ikke, eventuelt om det er en blanding der noe uttrykkes økonomisk mens andre deler uttrykkes på andre måter. Videre se på om det ligger noen forklaringer på hvordan man har kommet frem til den verdien som fremmes. Man kan tenke seg at det er økonomiske teknologier tilgjengelig, så selv om Fourcade var interessert i hvorfor økonomisk verdi ble benyttet, kan det være interessant å se om det eventuelt ikke skjer og hvorfor dette er tilfelle. Som Fourcade også skriver er det ikke en automatikk i at slike teknologier blir akseptert og får den nødvendige støtte fra institusjoner, politikk og kultur.

### 2.2.2 Verdsetting av velferd

Det er imidlertid ikke bare økonomisk verdsetting av natur som kan studeres. I tidsskriftet *Valuation Studies* skriver Christopher Kullenberg og Gustaf Nelhans i 2017 en artikkel hvor de undersøker ikke-økonomiske måter å måle velferd på, altså måter velferd og livskvalitet kunne verdsettes (i Sverige) utenom ved økonomiske indikatorer (Kullenberg & Nelhans 2017:7). Etersom jeg i denne oppgaven skal undersøke sosialt entreprenørskap i Norge som

skal vise seg å knytte seg til velferdsstaten på ulike måter, er denne artikkelen spesielt interessant å se nærmere på. Kanskje er også typene verdi eller verdsetting i artikkelen lignende de jeg skal se på i oppgavens materiale eller i det minste har likheter med den sosiale verdien jeg skal undersøke i analysen.

Artikkelen analyserer hvordan mål på velferd ble utviklet i Sverige, der forfatterne ser på dette i ulike stadier, helt fra før noe blir etablert til det blir nærmest hverdagslig og noe man bare tar for gitt (Kullenberg & Nelhans 2017:11). Noe av det interessante er fraværet av standarder for hvordan dette måles, selv om det har vært en rekke forsøk på å etablere slike standarder (Kullenberg & Nelhans 2017:8). Dette skapte dermed forhandlinger over hva som skal være med, hvordan det best måles og de beskriver disse forhandlingene som performative, ettersom forhandlingene om målingen også skaper og former det som disse målingene forsøker å beskrive (Kullenberg & Nelhans 2017:10). Ved å trekke på blant andre den sentrale STS-forskeren Bruno Latour, viser de at måleverktøy også har en annen funksjon enn vitenskapelige instrumenter, ettersom de i tillegg til å måle også arbeider for å endre det de måler (Kullenberg & Nelhans 2017:10). I tillegg er det interessant å merke seg at de skriver at disse måleverktøyene gjerne er resultater av økonomisk forskning (Kullenberg & Nelhans 2017: 10). De beskriver også disse verdimålingene som meteorologiske, som de forklarer med at samlinger av subjektiviteter knyttes sammen for å bedre kunne sammenlignes og brukes til nye typer spekulasjon (Kullenberg & Nelhans 2017:11). Det vil si at de i tillegg til å si noe om det som måles også sier noe om hva som burde måles (Kullenberg & Nelhans 2017:11). Det skal jeg derfor trekke videre med inn i delen av oppgaven hvor jeg skal analysere målinger av blant annet sosial verdi. Finnes det en standard eller befinner vi oss i det som kan forstås som forsøk på å etablere standarder? Om sistnevnte er tilfelle er det interessant å undersøke hvilke forhandlinger for hva som burde være med i målingene som eventuelt er til stede i materialet. Videre er det interessant hvilke påvirkninger av det man ønsker å måle man eventuelt kan se spor av, og hvilken bevissthet som ligger rundt dette. At målingene sier noe om hva som burde måles i tillegg til det som måles kan være relevant å se etter i målingene som gjøres i materialet jeg skal se på. Dersom det er flere målinger som brukes samlet kan dette eventuelt være tegn på at denne prosessen har skjedd og at dette igjen kan leses som et resultat av målinger man først startet med.

### 2.2.3 Det kvalitative og kvantitative i verdsetting

Jeg vil også trekke på litteratur som viser hvordan jeg kan undersøke forholdet mellom det kvantitative og det kvalitative ved verdsettingen jeg skal analysere i materialet fra Ferd. Liliana Doganova og Marie Eyquem-Renault analyserer forretningsmodeller (*business models*) i en artikkel fra 2009 i tidsskriftet *Research Policy*. Der trakk de inn en tilnærming fra Michel Callon og Fabian Muniesa for å undersøke utregningene (*calculation*) som skjer i disse forretningsmodellene (Doganova og Equem-Renault 2009:1562). Callon og Muniesa definerer utregninger eller kalkulasjon på en bred måte, ved at det ikke er nødvendigvis er snakk om matematisk utregning og heller ikke avgrenset til bare numeriske aktiviteter (Callon og Muniesa 2005:1231). De fortsetter med å definere utregninger på denne måten «Calculation starts by establishing distinctions between things or states of the world, and by imagining and estimating courses of action associated with those things or with those states as well as their consequences.» (Callon og Muniesa 2005:1231). Løst oversatt handler det altså om at det etableres skiller mellom objekter og tilstander som brukes for å anslå og se for seg handlinger knyttet til disse objektene og tilstandene, samt konsekvensene. Som de selv påpeker er dette en bred definisjon, men noe av poenget med at den er nettopp så bred er for å slippe å skille mellom kalkulasjon og bedømming (*judgement*) (Callon og Muniesa 2005:1231). De sammenfatter videre kalkulasjonsprosessen ved hjelp av tre steg, nemlig:

1. først å koble fra hverandre enhetene som skal telle, før
2. enhetene deretter assosieres med hverandre og blir deretter manipulert og transformert på en materiell måte, før det
3. til slutt må trekkes et resultat ut av kalkulasjonen i form av en ny enhet (Callon og Muniesa 2005:1231).

Callon og Muniesa trekker flere poenger ut av denne definisjonen, hvor noen er av særlig interesse for denne oppgaven, og som jeg derfor vil trekke på her. Det første poenget er at definisjonen gjør det mulige å analysere kalkulasjoner som ikke 'rene' (*pure*) (Callon og Muniesa 2005:1232). Det trenger med andre ord ikke å være en 'vellykket' kalkulasjon, men også en der noe kommer til kort i et eller flere av stegene presentert ovenfor (Callon og Muniesa 2005:1232). Dette er sentralt fordi det fører til at kalkulasjonen kan være både en der utregningen oppfyller kravene og en der man baserer seg mer på intuisjon eller dømmekraft (Callon og Muniesa 2005:1232). Videre er dette sentralt når man skal analysere, nettopp fordi det gjør det mulig å analysere på det som har blitt etablert (utfra av definisjonen) som et

spektrum mellom kvalitativ bedømming og kvantitativ kalkulering (Callon og Muniesa 2005:1232).

Innledningsvis i dette delkapittelet nevnte jeg at Doganova og Eyquem-Renault trekker inn nettopp denne definisjonen for utregninger. De trekker definisjonen inn i sin analyse av forretningsmodeller ved å undersøke hvilke enheter som frakobles og deretter assosieres (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1562). Noe av det som gjør denne definisjonen aktuell for deres analyse gjør den også aktuell for denne oppgaven, ettersom den lar dem unngå motsetninger mellom kvalitative og numeriske verdsettinger (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1567). Dette vil også være nyttig å trekke med videre inn i analysen av verdsettingen som skjer i materialet fra Ferd. Videre forklarer Doganova og Eyquem-Renault deres analyse av kalkulasjon også kan inkludere det de omtaler som kvalitativ dømmekraft og historiefortelling, takket være at de bruker definisjonen fra Callon og Muniesa (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1562). Videre i analysen av forretningsmodellene viser de hvordan de ved å se på det narrative i dem kan vise hvordan andre kalkulasjoner brukes for å 'stabilisere' det kalkulerte (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1564). Sitater fra brukere om deres erfaringer, data fra kvalitative og kvantitative spørreundersøkelser, brukes om hverandre for å støtte opp om utregninger/kalkulasjoner av ulike typer og hverandre i et samlet narrativ (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1564). Ettersom materialet jeg skal se på viser verdsetting av ulike slag, vil jeg trekke videre på dette i analysen der jeg møter på ulike sammensetninger. Denne tilnærmingen lar meg, som forskerne ovenfor, også undersøke både de kvalitative og kvantitative formene for verdsetting.

### 2.3 Finansialisering og økonomisering

I møte med sosialt entreprenørskap og sosial verdi, skal jeg også trekke veksler på tidligere arbeid som viser hvordan ulike økonomiske modeller og måter å forstå økonomi på har blitt tatt opp av felt som tidligere ble sett som utenfor det økonomiske feltet. Finansialisering og økonomisering er da to begreper jeg vil trekke inn. Finansialisering er et begrep som fremmes av blant andre Eve Chiapello. I en artikkel i tidsskriftet *Human Studies* argumenterer hun for at man metaforisk kan snakke om en kolonisering, som hun forklarer som at fremgangsmåter, metoder og modeller fra finansverdenene tar over måten man måler og generelt kanskje tenker på innen arenaer hvor dette tidligere var tilfellet (Chiapello 2015:15). Videre hvordan dette da også fører til at det som tidligere var viktige, særlig i målingen, nå blir mindre viktige



(Chiapello 2015:15). Jeg tenker at begrepet kan være relevant i vår sammenheng, spesielt siden materialet om Ferd Sosiale Entreprenører, viser både tilknytning til finansverdenen (mest åpenbart gjennom selve investeringselskapet Ferd) og ideelle organisasjoner (i det minste med tanke på sosiale målsetninger).

Økonomisering er det neste begrepet, som også Chiapello trekker på, men før jeg ser videre på det vil jeg se på en annen artikkel som tar for seg dette begrepet. I en artikkel i *The Sociological Review* gir Fabian Muniesa, Yuval Millo og Michel Callon en introduksjon til «market devices», der de også trekker på økonomisering. Ifølge deres beskrivelse av begrepet, er økonomisering en prosess som leder til at noe blir 'økonomisk' (Muniesa, Millo og Callon 2007:3). Alt fra institusjoner til handlinger og objekter kan bli sett som økonomisk og dette er da et resultat av å ha gått gjennom en økonomiseringsprosess (Muniesa, Millo og Callon 2007:3). At noe forstås som økonomisk innebærer også at økonomiske språk, verktøy, metoder, teorier og modeller er en del av handlingene, eller det kan i det minste tyde på at en økonomiseringsprosess er på ferde (Muniesa, Millo og Callon 2007:4). Utfra dette skal jeg blant annet trekke inn i analysen at økonomiske elementene nevnt ovenfor som del av handlingene kan avsløre at en økonomiseringsprosess har skjedd eller skjer.

Økonomisering som Chiapello forklarer det, kan overlappes noe med finansialisering, selv om økonomisering vil si at noe som tidligere ikke var en del av det økonomiske trekkes inn i det og blir økonomisk (Chiapello 2015:14-15). Finansialisering er en av formene dette kan ta og er ifølge Chiapello en svært vanlig form (Chiapello 2015:14-15). Hun understreker imidlertid at selv om noe uttrykkes i finansiell verdi, altså som penger, vil ikke det si det samme som finansialisering nødvendigvis (Chiapello 2015:14). Det er om modellen og teknikkene bak bygger på tilnærmingene og praksisene til profesjonelle innen finans som forteller om det er finansialisering man har med å gjøre (Chiapello 2015:17). Dette kan kanskje bli enda tydeligere ved å trekke frem eksemplene hun bruker, der faktisk sosialt entreprenørskap er noe av det som trekkes frem. Det er det jeg skal se på i neste delkapittel, både for å se hvordan Chiapello tar for seg dette fra perspektivet i verdsetningsstudier, men også for å vise hvordan jeg plasserer meg i en tradisjon hvor ganske nærliggende tematikk har blitt sett på i verdsetningsstudier.

### 2.3.1 Sosialt entreprenørskap som eksempel på finansialisering

Som sagt tar også Chiapello for seg sosialt entreprenørskap, om enn for å undersøke noe litt annet enn det jeg har som mål. Likevel er det relevant å se hva hun skriver om det spesielt siden hun knytter det til det analytisk begrepet finansialisering, noe som kan vise hvordan jeg kan ta i bruk dette begrepet i analysen jeg skal gjøre i denne oppgaven om nettopp sosialt entreprenørskap. Det kan også være interessant om man kan spore en bevegelse andre veien, om det ikke bare er det som tidligere var knyttet til ideelle organisasjoner og deres måter å tenke på som beveger seg mot finansverdenen, men også at det finansielle trekkes mot det ideelle. Chiapello trekker frem feltet sosialt entreprenørskap som eksempel på hvordan sosiale organisasjoners aktiviteter finansialiseres, som igjen er et av tre eksempler på hvordan ikke-finansielle aktiviteter «koloniseres» av finansialisert verdsetting (Chiapello 2015:24-26). Hun forklarer hvordan den gradvise finansialiseringen blant annet redefinerer ideene om gaver og tilskudd om til investeringer med forventninger om avkastning (Chiapello 2015:25). Det er kanskje dette som er et av de viktigste poengene jeg skal ta med meg her, ettersom jeg nettopp skal se på et investeringsselskap og deres satsing på sosialt entreprenørskap. Hvordan tar deres satsing på området form med tanke på forholdet mellom investering og avkastning? Videre hvilke typer avkastning det er snakk om, og om hvordan investeringsselskapet bevisst og ubevisst forholder seg til dette i materialet jeg skal se på? Det er også interessant å undersøke hvordan deres ideer om avkastning på investeringer omtales i forbindelse med deres satsing på disse bedriftene som omtales som sosiale verdiskapere.

Chiapello understreker at finansialiseringen av sosiale organisasjoners aktiviteter ikke bare kan forklares som et ønske om gjennomsiktighet og innsyn i ressursbruk, ettersom det ikke er gitt at dette er den eneste måten å få til det på (Chiapello 2015:25). Altså at gjennomsiktighet og innsyn i ressursbruk ikke bare noe som kan oppnås ved hjelp av finansialisert verdsetting og finansverdenens verktøy som risikovurdering og avkastning på såkalt impact investering (Chiapello 2015:25). Impact reporting and Investment Standards (IRIS) trekkes frem som et forsøk på en standardisering av informasjonsinnsamling og et rammeverk for definering og ledelse innen impact investeringer (Chiapello 2015:26). Lignende er SRI eller Socially Responsible Investment blitt utviklet for å gi standardiserte mål som skal brukes av investorer, men disse var i utgangspunktet ikke ment for verdenen utenfor finans, som ideelle organisasjoner og lignende (Chiapello 2015:26). Ideene om venturefilantropi og sosialt entreprenørskap ble begge til i det samme tidsrommet i USA ifølge Chiapello (Chiapello 2015:26). Venturefilantropi gikk ut på at filantropien kunne ta i bruk ideene fra venturekapital

som suksessfullt hadde blitt anvendt på nystartete teknologibedrifter i Silicon Valley (Chiapello 2015:26). Sosialt entreprenørskap på sin side ble drevet fram av ideen om at det som manglet for at de sosiale aktivitetene skulle få god effekt var at de ble drevet og styrt slik profittsøkende entreprenører gjorde (Chiapello 2015:26). Videre skriver Chiapello at slike ideer spredte seg til businesskoler og etter hvert også investeringsbanker og som et resultat kan man si at donasjoner og investeringer endte i en hybridtilstand (Chiapello 2015:26). Et viktig poeng å ta med seg videre fra Chiapello er også hvordan finansialiseringen av verdsettingen også redefinerer det som verdsettes (Chiapello 2015:30). Så i vårt tilfelle, der særlig sosial verdi er av interesse, kan vi undersøke om det er en finansialisert måte å måle dette på og om det videre redefinerer sosial verdi. Sist kan vi også ta med at ifølge Chiapello legitimerer finansialiseringen nye former for offentlig politikk og pengebruk knyttet til sosiale formål (Chiapello 2015:26). Et eksempel hun bruker for å forklare dette er at det eksperimenteres med å bruke offentlige midler for å gi investorer avkastning basert på de sosiale resultatene skapt av de sosiale organisasjoner som de investerer i (Chiapello 2015:26). Med andre ord kan investorer få utbetalt økonomisk utbytte fra det offentlige basert på hvor gode sosiale resultater som skapes av sosiale organisasjoner de har investert i. Dette siste poenget er også noe å ta med seg i møte med materialet ettersom, som vi skal se, Ferd presenterer velferdsstaten og det offentlige er sentralt innen det norske feltet av sosiale entreprenører.

## 2.4 Tallteknologier, markedsmekanismer og modifisering av markedet

Jeg har allerede vært innom hvordan man i analyser innenfor STS-feltet og vendingen mot det økonomiske feltet var opptatt av *teknologier*, som med de økonomiske teknologiene hos Fourcade. Jeg skal her se nærmere på noen andre teknologier knyttet til politikken. Boken *Politikkens natur – naturens politikk* er en bok av Kristin Asdal som viser utviklingen av forurensingsfeltet fra etterkrigstiden til i dag. Begrepet politikken teknologier brukes for å vise det materielle og tekniske ved politikk og videre hvordan de endrer innholdet og de politiske sakene (Asdal 2011:13). Politikken teknologier innebærer også måtene vitenskapelig kunnskap blir en del av politikken (Asdal 2011:13). I møte med forurensningssaken viser Asdal blant annet hvordan tallteknologier og markedsmekanismer hadde en innvirkning, noe jeg også tenker er relevant for denne oppgaven og skal derfor gjøre rede for de her. Det jeg imidlertid ser på er jo sosial verdi, som igjen kan knyttes til 'positiv' påvirkning og effekt og hvordan det måles og blir verdi. Derfor er disse teknologiene fra

Asdal nyttige i denne sammenheng siden hun ser på negativ effekt av forurensning, og hvordan dette blant annet blir formet som politisk sak av politikkenes teknologier. Jeg vil trekke frem tallteknologier som kvantifisering på utslipp som ble brukt for å framstille fremtidige situasjoner og dermed også en tålegrense, i tillegg hvordan avgifter og kvoter ble brukt som verktøy for å etablere og ta i bruk markedet for å løse forurensningsproblematikk. Jeg skal også se på et annet begrep forklart av Asdal, nemlig co-modification, som også knytter seg til markedet, men dette kommer jeg tilbake til.

Asdal beskriver tallteknologier som styringsteknologier, som kan skape tillitt og gi inntrykk av en objektivitet, men at de fortsatt er produktive i den forstand at de blant annet etablerer sosiale forhold og forestillinger om saken tallene skal si noe om, i bokens tilfelle er det naturen (Asdal 2011:75). Videre skriver hun at man ikke automatisk retter seg etter tall, men heller blir de ofte midtpunktet for debatter og avgjørelser til tross for at de gjerne motarbeides kraftig (Asdal 2011:98). En av sakene Asdal analyserer, fluorutslipp i aluminiumsindustrien, viser dette tydelig, skriver hun (Asdal 2011:98). Et annet poeng er at selv om tallene og tallteknologiene bringer noe frem i lyset og gjøre noe synlig, vil det alltid føre til at noe annet blir mindre synlig eller forsvinner (Asdal 2011:99). Tallenes objektivitet, som jeg nevnte tidligere, skriver Asdal at understrekes av saken hun ser på, ettersom selve riktigheten og nøytraliteten ved tallene som ble brukt i de politiske forhandlingene ikke var noe særlig tema (Asdal 2011:102).

Miljø- og klimasak, ble ifølge Asdal en økonomisak i stor grad fra slutten av 80-tallet og over på 90-tallet blant annet ved at økonomiske virkemidler ble viktige for hvordan man forsøkte å løse problematikken (Asdal 2011:177). Økonomene ønsket at man i større grad skulle ta i bruk markedet i møte med miljøproblematikken (Asdal 2011:178). Men markedsløsningene måtte etableres, de måtte styres (Asdal 2011:178). Først var det mest ønskelig fra økonomene å ta i bruk avgifter (Asdal 2011:178). Miljøskadelige produkter måtte bli dyrere ved at miljøkostnadene ble en del av prisen som følge av at man innførte miljøavgifter (Asdal 2011:179-180). Et annet virkemiddel som ble mer aktuelt senere var et markedsbasert kvotesystem (Asdal 2011:196). Kanskje kan vi ved å trekke dette videre til analysen i denne oppgaven undersøke om feltet sosialt entreprenørskap som helhet kan leses som et forsøk på å ta i bruk markeds mekanismer for å løse sosiale problemer.

Jeg vil også trekke frem et annet begrep, nemlig «co-modification» slik Asdal benytter det i et bokkapittel som ser på prosessen rundt utvikling av oppdrettstorsk. Bruken av co-modifisering brukes for å tydeliggjøre modifisering av både marked og objekter, og i tilfellet

for analysen i kapittelet, biologiske enheter (Asdal 2015a:171). Gjennom kapittelet undersøker Asdal verdsettingspraksiser gjennom blant annet å se på hvordan co-modifikasjon kan brukes for å vise hvordan man ved hjelp av ulike teknikker behandler og modifierer produkter (Asdal 2015a:184). Samtidig tar disse verdsettingspraksisene del i modifieringen av markedet og dermed kan forstås som performative praksiser som også bidrar til å skape nye virkelighetsversjoner (Asdal 2015a:185). Jeg vil ta med meg denne tilnærmingen for å blant annet kunne undersøke om Ferd som aktør innen sosialt entreprenørskapsfeltet aktivt er med på å forme eller modifierer markedet og produkter med en forståelse av sosialt entreprenørskap som produktet som skapes. Med andre ord hvilke versjoner av virkeligheten de fremmer for å forme sine sosiale entreprenører og markedet for disse.

## 2.5 Den gode økonomi

Det siste jeg vil trekke inn før jeg viser hvordan jeg skal ta for meg materialet metodisk, er forståelsen av «den gode økonomi». Dette er et analytisk begrep som foreslås i et arbeidsnotat som en måte å se på bioøkonomien (Asdal et al. 2019:3). Forfatterne i arbeidsnotatet beskriver hvordan de med inspirasjon fra Max Weber og hans arbeid om kapitalismen og den protestantiske etikken, ønsket å se nærmere på forhold mellom det normative og økonomien med særlig fokus på «den gode økonomi» (Asdal et al. 2019:3). Asdal et al. skriver at til forskjell fra Weber som mente at etikken kom fra utsiden, altså religion, snakker de heller om en ny versjon eller versjoner av sett med økonomier som er gode i seg selv (Asdal et al. 2019:3). Dette kan begrepsfestes som «den gode økonomi» eller «the good economy» for å gjøre det mulig å analysere nærmere, noe som gjøres i artikkelen og prosjektet den er en del av (Asdal et al. 2019:3). De ser på dette som en post-økonomi, det vil si en økonomi som kommer etter den som har vært og er, nemlig karbonøkonomien (Asdal et al. 2019:3) Videre skriver de at spørsmål rettet mot fremtiden og hva vi skal leve av etter olje etterspør og peker mot en ny økonomi som kan komme, som ifølge dem er en bioøkonomi (Asdal et al. 2019:3). Dette er basert på forslag og anbefalinger fra blant annet OECD og EU, og selv om det er ulike versjoner som fremmes er det felles for alle å skulle være etiske og gode, eller sagt med andre ord innovative, bærekraftige, ansvarlige og miljøvennlige (Asdal et al. 2019:3). De hevder at det fremmes som en versjon av økonomien som i seg selv er god (Asdal et al. 2019:3-4). Så istedenfor Webers utforsking av relasjonen mellom religion og økonomi, er det her mellom 'bio' og økonomi (Asdal et al. 2019:4). Å snakke om en god økonomi er et begrepsverktøy som brukes på bakgrunn av to ambisjoner (Asdal et al. 2019:4). For det første

som et analytisk verktøy for å komme inn på visjoner, strategier og løfter i bioøkonomien, og for det andre skape en ny kombinasjon av verdsetningsstudier og kritiske studier av bioøkonomien som gjør dette mulig (Asdal et al. 2019:4).

Jeg ønsker å ta med meg denne forståelsen når jeg skal se på mitt materiale, ved å stille spørsmålet om sosialt entreprenørskap fremmes som en ny type økonomi som skal erstatte eller supplere andre versjoner. Og videre om det fremmes som en god økonomi, der det gode eventuelt kan knyttes til det sosiale istedenfor «bio», altså en sosial økonomi. Det kan også være interessant å reflektere rundt om det er noe slektskap med bioøkonomien, i form av at den eventuelt sosiale økonomien eller deler av den kan være versjoner av en bioøkonomi. Likevel plasserer ikke denne oppgaven seg innenfor studier av bioøkonomi i eksplisitt forstand, selv om grensene mellom ulike områder for analyse kan være glidende og verdsetningsperspektivet i denne oppgaven kan knyttes til studier av økonomi.

## 2.6 Dokumentenes rolle

Selv om teorien beskrevet ovenfor også legger noen metodiske føringer eller i det minste inspirasjon, vil jeg nå vise mer direkte på hvordan dokumenter som forskningsobjekt kan brukes. Flere av arbeidene som brukes ovenfor har benyttet seg av dokumenter for å utføre analyser, så dokumentanalyse er ikke noe som stiller seg utenfor denne tradisjonen. For min oppgave er det også dokumenter som utgjør materialet her. I det minste om man har en litt vid forståelse av dokumenter, som også inkluderer nettsider med artikler, blogginnlegg, beskrivelser av bedrifter og resultatrapporter. Det er i alle fall tilnærming fra dokumentanalyse jeg vil benytte meg av i møte med disse når jeg analyserer de i lys av det teoretiske jeg har gjort rede for ovenfor. Jeg skal derfor nå vise hvordan man kan ta tak i dokumenter som studieobjekter for analyse.

Dokumenter beskrives av Asdal som transformativ i betydning at de ikke bare beskriver en ekstern virkelighet, men at det som beskrives også kan endres og formes av dokumentene (Asdal 2015b:74). De kan med andre ord transformere selve saken de omhandler (Asdal 2015b:74). Hennes tilnærming i artikkelen er praksisorientert, som vil si at man forsøker å forklare hva dokumentene man undersøker gjør, og effektene det som gjøres har på det som beskrives i dokumentene (Asdal 2015b:86). Dette gjøres ved å lese dokumenter nøye (Asdal 2015b:74) for så å beskrive hva disse dokumentene gjør så nøyaktig som mulig for så å vise hvordan dette påvirker objektene beskrevet i dokumentene (Asdal 2015b:86). Tilnærmingen

bygger på en material-semiotisk tilnærming der både det materielle og det semiotiske studeres sammen, og dette kan gjøres gjennom å studere nettopp dokumenter som noe som gjør det materielle tilgjengelig gjennom det semiotiske, altså ordene (Asdal 2015b:75).

Matthew Hull analyserer det han kaller «graphic artifacts» i sin bok *Gouvernement of Paper: The Materiality of Bureaucracy in Urban Pakistan*. Han forklarer hvordan grafiske gjenstander må forstås som formidlere som former hvor viktig det som står skrevet på dem oppfattes (Hull 2012:13). De materielle kvalitetene ved disse gjenstandene former viktigheten av dem, men de påvirker også meningen av dem, fortsetter Hull (Hull 2012:13). Den semiotiske strukturen, eller selve teksten om du vil, kan ikke abstraheres fra den materielle formen (Hull 2012:13). Derfor hevder Hull at fokuset nettopp må være på forholdet mellom denne materielle formen og teksten (Hull 2012:13). Dette knytter Hull videre til hvordan man ikke leser selve skrivingen eller det skrevne (Hull 2012:14). Han forklarer at «People don't read writing. They read (and do much else with) files, road signs, forms, computer screens, reports, and visiting cards» (Hull 2012:14). Med andre ord leser man ikke teksten, men man leser den materielle formen teksten formidles av, som hans eksempler med rapporter eller veiskilt. Og kombinert med poenget hans om hvordan denne fysiske utformingen former både viktigheten av det som står skrevet og meningen av det, kan vi trekke ut at den samme teksten på ulike materielle formene vil leses ulikt.

### 2.6.1 Ferd's nettsider som dokumenter

Mine dokumenter er i stor grad materiale på Ferd sine nettsider, fra artikler, video, og resultatrapport i form av en egen nettside, samt noe materiale som omhandler Ferd fra andre aktører. Det er dermed kanskje ikke det man først forbinder med dokumenter. Som det nevnes i artikkelen til Asdal har praksisorienterte tilnærminger gjerne vært brukt i møte med politiske og administrative tekster, og vitenskapelige virkelighetsproduserende praksiser (Asdal 2015b:88). Mye av mitt materiale skiller seg dermed noe fra disse i form, men de kan likevel tilnærmes på lignende måte for å undersøke hvordan de produserer, former og transformerer virkeligheter gjennom semiotiske beskrivelser av det materielle. I sitatet fra Hull ble også veldig ulike former for materielle former med tekst presentert som eksempler, deriblant pc-skjermer (Hull 2012:14). Dermed er også selve formen, altså nettsider lest på en skjerm interessant for hvordan dette leses. Da også hvilke former som er valgt mer spesifikt enn bare nettsider interessant, ettersom det også i denne sjangeren er et stort spenn av muligheter for

hvordan man kan presentere informasjon. Jeg mener det er interessant å undersøke grensene for hva man kan trekke ut av et slikt avgrenset materiale med denne tilnærmingen, særlig med tanke på hvordan det meste av materialet er hentet fra den samme aktøren. Det kan jo sees som en svakhet, men jeg tenker på det som en god måte å få frem hvordan fenomenene jeg undersøker blir til og formes av denne aktøren, og dermed også hva de blir for dem. Noe av materialet tyder også på at de i arbeidet det gjør med forming og reforhandling gjøres mot en «tenkt» motpart, som kan forstås som eksisterende oppfatninger og tidligere måter å gjøre ting på, som de vil utfordre og endre. Likevel kan jeg ikke benekte at en mer mangfoldig metodisk tilnærming, med for eksempel intervju blant de ulike interessentene involvert i ulike delene av prosessene vil kunne tilført noe annet. Kanskje kunne man kommet nærmere en «backstage» hvor jeg kunne undersøkt hvordan det som ble presentert ble som det ble, eller sett uenigheter som ikke kommer frem i det ferdige materialet jeg tar tak i. Det offentlige materialet gjør det på sin side lett å etterprøve det som hevdes i oppgaven, og det er absolutt rikt nok til at det kan forsvarer å basere analysen på det. Og som jeg skal vise, er det også i det ferdige materialet som presenteres utad, en del spenning og mye uavklart som viser seg.

## 2.7 Ethiske problemstillinger

Jeg skal drøfte noen etiske problemstillinger, knyttet til makt og sårbarhet med tanke på materialet jeg ser på i analysen. Oppgaven benytter seg av offentlig tilgjengelige dokumenter, og behandler ingen nære personopplysninger som kan være skadende for noen av partene. Likevel er det nødvendig å tenke over i akademisk arbeid. Først kan man si at Ferd er en stor og sentral samfunnsaktør, noe som ikke gjør de veldig sårbare med tanke på å sette søkelys på en nokså liten del av deres virksomhet. Måler er jo heller ikke å kritisere eller finne feil (naturligvis), men å undersøke hva som gjøres og hvilke effekter det har blant annet for hva sosial verdi blir. Det vil i så måte stengt tatt bare belyse det som gjøres i et offentlig tilgjengelig materiale. Likevel er det viktig å reflektere rundt min egen rolle i oppgaven, og ikke fremstille meg som en nøytral og objektiv part, ettersom mye av oppgaven går ut på å vise at tekst gjør ting med det det beskriver, og det vil derfor være naivt å tro at denne teksten i form av en masteroppgave ikke gjør noe. Det er også viktig å ha en kritisk posisjon, spesielt med tanke på at avsenderen av materialet er såpass ensidig.

Som sagt er materialet offentlig tilgjengelig og rettet mot omverdenen og omhandler ikke særlig sårbare enheter. Noen av de sosiale entreprenørene har likevel kontakt og arbeider med



sårbare mennesker, og mange av de er også ganske små bedrifter. Disse kunne man argumentert for hadde en sårbarhet i seg som krevde ekstra varsomhet i en analyse. Likevel er det meste av analysen rettet heller mot Ferd som en aktør i møte med disse, så fokuset er stort sett ikke rettet mot disse bedriftene på en veldig eksplisitt måte.

Det kunne også blitt hevdet at jeg ved å undersøke sosialt entreprenørskap og sosial verdi gjennom Ferd sin satsing på området tillegger de en definisjonsmakt på området. Det er for så vidt ikke totalt feil, ettersom jeg regner de som en sentral aktør i et ikke så stort felt og kan derfor tenkes å ha ringvirkninger for feltet utenfor. Likevel er det ikke feltet som helhet jeg undersøker. Det jeg undersøker i denne oppgaven er sosialt entreprenørskap og sosial verdi slik det formes og fremstilles hos Ferd. I så måte hva dette blir og er for dem. Det er dermed ikke en fasit for alle sosiale entreprenører, men likevel kan det nok sies å ha tydelige likheter med andre utenfor materialet ettersom det ikke er et så stort felt, og at de baserer seg på mye av den samme grunnideen, altså sosialt entreprenørskap.

### 3 Entreprenørskap og verdi hos Joseph Schumpeter

Joseph Schumpeter (1883-1950) var en østerriksk og amerikansk økonom som plasserte innovasjoner (drevet av entreprenører) sentralt i sin økonomiske teori (Ørstavik 2019). Derfor er han også et godt sted å starte i denne sammenheng. Hans bok fra 1934 *The Theory of Economic Development* (original tittel *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*) er hovedkilden jeg har valgt for dette formålet ettersom den regnes som et av hans hovedverk og innovasjoner og entreprenørene som driver dem er sentrale i boken (Ørstavik 2019). Jeg også for meg elementer fra en guide for å lese Schumpeter av Jan Fagerberg og til slutt Schumpeters artikkel om sosial verdi. I guiden konkluderer også Fagerberg med det stadig blir viktigere å forstå hvilke årsaker og utfall som knyttes til innovasjon og at Schumpeter er en av de viktigste teoretikerne på området (Fagerberg 2007:22).

Jeg vil trekke på teorien fra Schumpeter også her i oppgaven. Dette kapittelet har en historisk funksjon ved å vise hva den tradisjonelle entreprenørskapsforståelsen er. Dette har en verdi i denne oppgaven ettersom temaet er nettopp en form for entreprenørskap, nemlig sosialt entreprenørskap. Dette er også nyttig for å forstå hvor sosialt entreprenørskap kommer fra. Det har også en analytisk funksjon ettersom jeg også skal undersøke hva det er med entreprenørskap som gjør det åpent for det sosiale? Hva har skjedd med entreprenørskapet (og hvordan), som har gjort det sosialt og verdien sosial? Eller er sosialt entreprenørskap noe helt annet som ikke kan spores tilbake til beskrivelsen vi finner hos Schumpeter? Det er uansett interessant å se på disse versjonene av entreprenørskap sammen. Schumpeters økonomiske teori plasserer som jeg skal vise entreprenøren sentralt og jeg trekker derfor først på Schumpeters generelle økonomiske teori før jeg går videre til entreprenørens rolle i denne teorien. I delen om entreprenørens rolle i den økonomiske teorien trekker jeg også på guiden for å lese Schumpeter fra innovasjonsforskeren Jan Fagerberg. Kapittelet avsluttes med at jeg trekker inn en artikkel Schumpeter skrev om sosial verdi allerede i 1909, for å se hvordan han så på begrepet og hvordan det stemmer overens med sosial verdi slik det brukes i materialet om Ferd og sosialt entreprenørskap.

#### 3.1 Økonomi som sirkulære strømninger

Jeg tar som sagt utgangspunkt i Schumpeters bok *The Theory of Economic Development* fra 1934. I denne boken foreslår Schumpeter at økonomien kan forstås som sirkulære strømninger

via ulike aktører som produserer, selger og kjøper, hvor de ulike aktørene er avhengig av at andre kjøper deres varer for at de skal kunne kjøpe andres varer, altså en slags gjensidig avhengighet (Schumpeter 1934:7-8). Basert på tidligere år eller perioder har de ulike aktørene også en visshet om hva som må til for å opprettholde forbruket, altså hvor mye de må produsere og selge for å kunne kjøpe det de trenger (Schumpeter 1934:6). Sagt på en annen måte styrer de tidligere økonomiene, i betydning perioder, hvordan individene i den nåværende økonomien handler (Schumpeter 1934:6). Endringer vil dermed skje, men bare om dataen fra tidligere år tilsier at endringer er nødvendige, altså endres ikke det økonomiske system impulsivt på eget initiativ (Schumpeter 1934:8-9). Det er altså snakk om at økonomien i stabile perioder gjør små endring for å tilpasse seg, på grunn av de sirkulære strømmingene som skaper en avhengighet, som igjen fører til at man forsøker å opprettholde eller oppnå likevekt. Disse små endringene eller tilpasningene er imidlertid ikke det Schumpeter mener når han snakker om økonomisk utvikling (development), det er de spontane endringer som bryter opp og forstyrrer denne strømmen, og som endrer og erstatter den tidligere likevektsfasen (Schumpeter 1934:64). Hva som fører til den faktiske utviklingen skal vi komme tilbake til, men først mer om den bredere økonomiske teorien.

Som sagt består de sirkulære strømmingene av ulike aktører som blant annet produserer. Schumpeter forstår produksjon som at man ikke produserer noe i seg selv, men kombinerer det eksisterende (Schumpeter 1934:14), altså er produksjon kombinasjoner. I produksjonen er det to ulike perspektiver som ikke nødvendigvis faller sammen, nemlig det kommersielle og det produksjonstekniske, ettersom ikke alle forbedringer i produksjonsmetodene vil betale for seg kommersielt, noe som med andre ord kan uttrykkes som at teknologien styres av økonomien (Schumpeter 1934:14). Produksjon er altså kombinasjoner, men kombinasjoner kan også brukes som en konseptualisering av hele bedrifter, forstått som at det er kombinasjoner som utgjør bedriftene (Schumpeter 1934:14). Kombinasjonene er da ulike produktive krefter som kan være alle typer objekter og krefter (Schumpeter 1934:15). Disse objektene og kreftene er som regel produkter slik Schumpeter ser det, men det kan også noen ganger være objekter fra naturen (Schumpeter 1934:15).

### 3.2 Hvordan påvirker entreprenøren økonomien?

Det viktigste å trekke ut fra dette for videre å kunne plassere entreprenøren og dens rolle innen denne forståelsen er denne selvopprettholdelsen og søken etter balanse eller likevekt.

Endringer skjer altså bare om dataen fra tidligere tilsier at det er nødvendig, men hva så med de større endringene som kanskje endrer store deler eller hele økonomien, hva skyldes de? Teorien hans viste jo nemlig at endringene i økonomien er små tilpasninger basert på erfaringene fra tidligere, men han trekker også frem at økonomien endrer seg på måter som endrer hele rammeverket og tradisjonen selv (Schumpeter 1934:61-62). Da snakker han om utvikling, og det består av å skape nye kombinasjoner i form av produksjon, som kan ta form som fem ulike konsepter, nemlig:

1. nytt produkt (eller ny kvalitet på produkt),
2. ny produksjonsmetode,
3. åpning av et nytt marked,
4. nye kilder for produksjonsmateriale
5. eller nye måter å organisere industrien på (Schumpeter 1934:66).

Vi nærmer oss nå entreprenører, for det er nødvendig med nye kombinasjoner av produksjonsmidlene og kreditt for at det ovenstående skal være mulig (Schumpeter 1934:74). Det å kombinere produksjonsmidlene på nye måter resulterer i det Schumpeter kaller «enterprises» som jeg for enkelthetskyld her oversetter til bedrifter, og de som gjør det, er nettopp entreprenører (Schumpeter 1934:74). Entreprenøren begrenses imidlertid ikke til uavhengig individer uten tilknytning til eksisterende bedrifter og strukturer, men hen skiller seg fra andre forretningsperson dersom de ikke utfører eller skaper disse **nye** kombinasjonene av produksjonsmidler (Schumpeter 1934:74-75). Han bruker også Jean Baptiste SAYS definisjon for entreprenøren, nemlig at «entreprenørens funksjon er å kombinere de produktive faktorene, å bringe dem sammen» (min oversettelse, Jean Baptiste Say i Schumpeter 1934:76). Likevel understrekes det at det bare er når kombinasjonene skjer for første gang at det er snakk om en entreprenør og ikke den rutinemessige utførelsen i en vedvarende bedrift (Schumpeter 1934:76). Dette medfører altså at i denne forståelsen er statusen som entreprenør noe man mister etter hvert som bedriften går over til å drives på vanlig vis og ikke lenger skaper nye kombinasjoner (Schumpeter 1934:78).

Jan Fagerberg har skrevet en guide for hvordan lese Schumpeter der han oppsummerer mange av de viktigste punktene i hans arbeid, særlig det knyttet til innovasjon og entreprenøren (Fagerberg 2007:20), og som også i stor grad består av mye av det vi har sett på ovenfor. Fagerberg forklarer i tillegg at Schumpeter også omtaler økonomisk utvikling som innovasjon, og at innovasjon igjen kan forstås som de nye kombinasjonene vi var innom ovenfor (Fagerberg 2007:21). De nye kombinasjonene kan være av ulike ressurser, men også

måter å gjøre ting på, og som allerede sagt ovenfor utføres de av entreprenøren (Fagerberg 2007:21). Fagerberg trekker også frem et punkt vi ikke har vært innom, nemlig at Schumpeter var opptatt av skillet mellom innovasjon og oppfinnelse, der han mente innovasjoner hadde et kommersielt formål i den økonomiske sfære og dette gjorde det til en spesiell sosial aktivitet, mens oppfinnelse kan skje hvor som helst uten et kommersielt formål (Fagerberg 2007:21). Altså må det entreprenøren driver med, nemlig innovasjoner ha et kommersielt formål. Og videre at det entreprenøren gjør er en aktivitet av spesiell sosial karakter mye på grunn av at det nye blir møtt med sosial motstand (Fagerberg 2007:21). Det nye her sikter da særlig til å gjøre nye ting eller å gjøre ting på nye måter (Fagerberg 2007:21). Dette var noe av det som var spesielt med entreprenørene ifølge Schumpeter, nemlig at de hadde i seg en spesiell kvalitet til å kunne stå imot dette, og at blant annet dette viste at det for en entreprenør kreves andre kompetanser enn bare de rene ledelseskompetanser (Fagerberg 2007:22).

### 3.3 Finnes egentlig sosial verdi?

Schumpeter har også skrevet en artikkel, ikke bare om verdi, men faktisk om sosial verdi, og det allerede i 1909 i *The Quarterly Journal of Economics*. Han bruker det imidlertid som noe som står til forskjell fra individuell verdi, der han diskuterer om det kan brukes som et konsept for teoretisk tilnærming til økonomien (Schumpeter 1909:213). Sosial verdi som begrep er nemlig det eneste tilgjengelige instrumentet for å forstå og forklare det økonomiske liv i et kommunistisk samfunn, men Schumpeter mener det ikke er like åpenbart at det samme kan gjøres i møte med et samfunn med fri økonomisk konkurranse og det er nettopp det han drøfter i denne artikkelen (Schumpeter 1909:224). Først må vi dermed se hva disse begrepene med individuell og sosial verdi innebærer. Han forklarer at innenfor teorien han drøfter i artikkelen, som han selv omtaler som «pure theory», tar man i møte med dette temaet utgangspunkt i ønsker og grad av oppfyllelse som resulterer i konseptet *utility*, eller nytte på norsk (Schumpeter 1909:214). Søkelyset på ønsker og oppfyllelse/tilfredstillelse har resultert i *utility curves* eller nyttekurver, som består av og bygger på antagelser rundt våre individuelle ønsker, deres intensitet og effekten av å få disse tilfredsstilt (Schumpeter 1909:2014). Han definerer aldri verdi som sådan, men utfra denne nytteforståelsen, kan vi trekke ut at det er mye dette han legger i begrepet, altså at noe tilfredsstiller individuelle behov og ønsker, hvor godt det tilfredsstiller behovet og hvor viktige eller intense disse behovene er. Han legger stor vekt på det individuelle ved disse, for eksempel når han peker på at enkeltmenneske er opptatt av sin egen tilgang på en vare og ikke på hvor mye av varen som finnes i landet, der for øvrig

Schumpeter skriver at enkeltmenneskets tilgang avhenger av både velstandsfordelingen mellom individene og distribusjonen (Schumpeter 1909:214). Alle ting som etterspørres, produseres og betales for, gjøres nettopp det fordi individer ønsker det, og det gjelder også for ting man ønsker for andre eller for samfunnet som helhet, som slagskip (Schumpeter 1909:215-216). Altså er selv de ønsker som kan se ut til å være for å oppnå en slags sosial verdi, bygget på individuell nytte, ifølge Schumpeter.

Han skrinlegger ikke alt det sosiale, for eksempel kan artikkelen tolkes dit at sosiale nyttekurver også er mulig å snakke om utenfor kommunistiske samfunn (Schumpeter 1909:2016). Dette til forskjell fra inntrykket man har fått til nå, og begrunnes med det han kaller for generelle nyttekurver i ikke-kommunistiske samfunn som forstås som kombinasjoner eller samlinger av de individuelle nyttekurvene, selv om Schumpeter understreker at disse ikke omtales som sosiale som så (Schumpeter 1909:216). Man kan også se på priser som sosiale fenomener om man tar hensyn til forståelser av produksjon, distribusjon og utveksling, som sosiale prosesser (Schumpeter 1909:217). En måte å forstå hele samfunnet på kan også være å se det som en stor bedrift for å understreke all sosial påvirkning og samspill mellom alle individene (Schumpeter 1909:217). Disse sosiale påvirkningene og samspillet utgjør alles liv og virke, og bygger på en forståelse av samfunnet som konsumenter, produsenter, og styrere av produksjonsagenter (Schumpeter 1909:217). Her uttrykker sosial verdi den gjensidige påvirkningen og avhengigheten mellom individene og hva de resulterer i uten å utfordre den individuelle forståelsen som ligger i metodologien fra «pure theory», mener Schumpeter (Schumpeter 1909:217-218).

Tidligere skrev jeg at vi kunne forstå verdiforståelsen i denne artikkelen som nytteverdi knyttet til tilfredsstillelse av ønsker. En annen tilnærming Schumpeter nevner handler om å forstå verdi som noe som skapes, og det av samfunn og ikke individer (Schumpeter 1909:218). Mer spesifikt er det snakk om utvekslingsverdi som skapt av flere individer og ikke enkeltindivider, men da må det imidlertid understrekes at det er nettopp dette man legger i begrepet verdi, ifølge Schumpeter (Schumpeter 1909:218). Med andre ord åpner Schumpeter for at det er flere måter å forstå verdi på og at han bare bruker noen av dem. Å snakke om verdi som 'sosialt' skapt av flere individer skriver Schumpeter er udiskutabelt, men for han er det viktigere i den teoretiske diskusjonen han deltar i å stille spørsmålet om man kan snakke om sosial verdi som en uavhengig «agency» (Schumpeter 1909:218), altså noe som opptrer som noe uavhengig.

Man kan ikke forklare distribusjon uten pristeori, er en av konklusjonene Schumpeter avslutter artikkelen med (Schumpeter 1909:232). Og pristeori kan videre forklare hvordan ulike typer inntekt forholder seg til hverandre og at disse igjen forholder seg til den gjensidige påvirkningen mellom prisene og antall man har tilgjengelig av en vare (Schumpeter 1909:215). Hvordan man verdsetter ulike varer og tilfredsstillende ønsker påvirkes også av at man sammenligner (bevisst eller ubevisst) med andre, og der kan kostnad sees på samme måte ved at alle sine individuelle kostnader avhenger og styres av hverandres kostnader i et samfunn (Schumpeter 1909:219). Med andre ord kunne man hevde at dette utgjør sosiale verdier, men ifølge Schumpeter oppstår det et problem når man tar for seg samfunnet som en helhet, fordi når man ser på nytte har ikke samfunnet en hjerne og nerver som kan skape ønsker og dermed heller ikke nyttekurver på samme måte som enkeltmennesker har (Schumpeter 1909:215). Som teoretisk tilnærming virker det som Schumpeter sliter med en slags uavklart konklusjon ettersom han avslutter artikkelen med å oppsummere artikkelen og både skrive at begrepet sosial verdi kan bidra til å analysere det økonomiske samfunn, men at det i virkeligheten ikke finnes noe som sammenfaller med begrepet i ikke-kommunistiske samfunn (Schumpeter 1909:232).

For å oppsummere litt kan vi si at Schumpeter forstår det rene konkurransedrevne økonomiske samfunn som bestående av individer som bare har ønsker for seg selv, selv om disse samlet kan forstås som 'sosiale' (men ikke som en egen type verdi, i forståelsen som en uavhengig *agency*) når man drar inn påvirkning og avhengighet av hverandre og i forståelsen av de samlede ønsker for samfunnet. Kanskje kan nettopp denne motviljen mot å forstå noe utelukkende som sosial(t), være interessant å ta med oss når vi ser på sosial verdi i en nyere sammenheng, nemlig i sosialt entreprenørskap. Finner vi den samme eller lignende konflikter og uavklarheter i materialet om sosialt entreprenørskap? Det at vi i denne oppgaven ser på det i en norsk kontekst med det som gjerne omtales som blandingsøkonomi (Munthe 2014), kan også kanskje skille seg fra Schumpeters skille mellom enten det kommunistiske samfunn eller det rent konkurransedrevne, hvor både det økonomiske systemet aktørene opptrer i og kanskje også sosiale entreprenørskap som aktører kan sees som noe som ikke er fullt ut noen av delene?

## 4 Case: Ferd – fra tobakksfabrikk til sosialt entreprenørskap

For å analysere sosialt entreprenørskap skal jeg gå inn i det familieeide investeringsselskapet Ferd. På sin nettside heter det at «Ferd er et familieeid norsk investeringsselskap som satser på verdiskapende eierskap i virksomheter og finansielle investeringer. I tillegg til den kommersielle virksomheten har konsernet et omfattende engasjement innenfor sosialt entreprenørskap.» (Ferd u.å.-d). Altså er sosialt entreprenørskap allerede tydelig til stede i deres beskrivelse av hele selskapet. Samtidig som det er verdt å merke seg at sosialt entreprenørskap presenteres som noe i tillegg til den kommersielle virksomheten, et element som i karakter skiller seg fra resten av deres virksomhet og i så måte ikke som en del av det som kanskje er deres hovedvirksomhet. Utfra dette kan man blant annet lese at sosialt entreprenørskap er en viktig del av det Ferd ønsker at de som besøker nettsiden skal forbinde med dem. Med andre ord at det er viktig for dem å vise at de har en del av virksomheten som ikke er kommersiell. Men hva er motivasjonen for dette? Dette er det interessant å undersøke når jeg ser videre på materialet. Hvorfor er det et behov for å ha denne delen i tillegg til den kommersielle driften, både for selskapet og eventuelt hvilke behov er det ellers i samfunnet de mener dette er nødvendig for. Jeg kommer nærmere inn på Ferd og sosialt entreprenørskap, men vil først presentere selskapet mer som helhet for å vise hvor de kommer fra historisk og deres posisjon som aktør i den norske konteksten de opererer i. Informasjonen er hovedsakelig hentet fra Store norske leksikon, men er også sjekket opp mot informasjon fra Ferd selv der det var mulig.

Ferd ble dannet i 2001 som et resultat av omorganisering og navneskifte («Ferd» 2019). Går man lenger tilbake i historien kan man spore det tilbake til konsernets utspring, nemlig J. L. Tiedemanns Tobakksfabrik som allerede i 1778 ble grunnlagt («Ferd» 2019). I dag eies investeringsselskapet av Johan Henrik Andresen Jr. som tilhører den samme Andresen-slekten som i 1849 ble eierne av den nevnte tobakksfabrikken («Ferd» 2019). Der forble fabrikken frem til den i 1998 ble fusjonert med Skandinavisk Tobakskompagni («Ferd» 2019, og «Johan Henrik Andresen Jr.» 2019). Under Tiedemanns Tobakksfabrik var også flere andre investeringer og virksomheter plassert av Andresen («J. L. Tiedemanns Tobakksfabrik» 2009). Etter at Tiedemanns Tobakksfabrik ble sammenslått med Skandinavisk Tobakskompagni, ble det resterende av selskapet samlet til å danne Ferd i 2001 («Johan Henrik Andresen Jr.» 2019). Dagens eier av Ferd er som sagt Johan Henrik Andresen Jr., og han ble konsernsjef for Tiedemanns Tobakksfabrik samme år som det ble solgt til Skandinavisk Tobakskompagni



(«Johan Henrik Andresen Jr.» 2019). Etter fusjonen hadde også Andresen en eierandel på omtrent 17% i Skandinavisk Tobakskompagni, men denne ble solgt i 2005 («J. L. Tiedemanns Tobaksfabrik» 2009). Historien om hvordan tobakksfabrikken havnet i Andresen-familien (som er hentet fra Store norske leksikon), og etter hvert ble fusjonert og konsernet fikk navnet Ferd i 2001 stemmer også overens med det man kan lese på nettsiden til Ferd ved å klikke seg til ulike år fra 1778 til 2018 på en tidslinje som viser konsernets historie (Ferd u.å.-d).

I dag er det med andre ord ikke lenger tobakksfabrikk, men et investeringsselskap som ifølge tall fra 2017 hadde selskapet en omsetning på 19 milliarder («Ferd» 2019). NRK skrev også, i forbindelse med at NRK hadde inngått en avtale om å selge sin tomt på Marienlyst i Oslo til Ferd, at per 30. juni 2019 hadde investeringsselskapet en verdjustert egenkapital på 33 milliarder norske kroner (NRK Kommunikasjon 2020). Videre på sine nettsider skriver Ferd «om Ferd konsernet» at de har fem forretningsområder, der fire er kommersielle og det siste er sosiale entreprenører (Ferd u.å.-d). På samme side listes de fem punktene, Ferd Capital, Ferd Invest, Ferd Ekstern Forvaltning, Ferd Eiendom, og Ferd Sosiale Entreprenører, som de fem forretningsområdene (Ferd u.å.-d). På hovedmenyen på toppen av siden står det et annet punkt i tillegg til disse fem (og «Om Ferd»), nemlig Impact Investing (ferd.no), men hvor dette plasserer seg oppgis ikke og jeg skal heller ikke vie det noe særlig plass her. Mitt fokus er nemlig først og fremst deres satsing på det de omtaler som et ikke-kommersielt forretningsområde, nemlig Ferd Sosiale Entreprenører.

#### 4.1 Sosiale entreprenører som avløsning for pressede velferdsstater

I en udatert nyhetssak på Ferd's nettsider bestående av utdrag fra et intervju Johan H. Andresen gjorde (originalt intervju ikke lenger tilgjengelig via lenke i saken til agenda.hegнар.no), forklarer Andresen litt rundt selskapets interesse for sosialt entreprenørskap (Ferd u.å.-f). Der forklarer han at selskapet har «satset på personer og organisasjoner med nye løsninger på sosiale problemer» (Ferd u.å.-f). Videre forklarer han at disse virkeliggjør sine ideer ved hjelp av forretningsmessige metoder for å skape levedyktig organisasjoner (Ferd u.å.-f). Hos Ferd ble denne typen organisasjoner samlet til et eget forretningsområde i 2009, nemlig Ferd Sosiale Entreprenører, selv om det som nevnt var noe de også hadde satset på tidligere (Ferd u.å.-f).

Jeg vil trekke frem særlig ett punkt til fra dette intervjuet, fordi de forteller noe om hva Andresen og Ferd fremmer som sin motivasjon og begrunnelse for satsing på dette området. Som vi så ovenfor er det snakk om *nye* løsninger på sosiale problemer og at man tar i bruk metoder fra forretningsverdenen for å få disse løsningene ut i verden. Allerede her kan vi kanskje argumentere for at det er en bevegelse fra det man gjerne ser som ideelle organisasjoner i retning av kommersielle, i det minste når det gjelder virkemidler. På en annen måte kan vi også se det som en bevegelse, i det minste for Ferd, fra det forretningsorienterte og profittsøkende over mot det ideelle eller sosiale, i en del av deres virksomhet.

Videre er det særlig tre punkter jeg vil trekke fram. Først er det at Andresen beskriver mange av disse bedriftene som ute av stand til å gjøre seg selv bærekraftige. Det vil si, han hevder at de («grundere og ildsjeler») trenger hjelp til å bli levedyktige (Ferd u.å.-f). Dette knytter han videre sammen med Ferd's «kjernevirksomhet» som i intervjuet beskrives som «å bedrive aktivt eierskap og forretningsutvikling for å skalere bedrifter» (Ferd u.å.-f). Med andre ord vil det for meg være nødvendig å se nærmere på hva som ligger i et aktivt eierskap og hvilke retninger den ønskelige utviklingen av disse bedriftene har. Videre forklarer han at det dermed ikke er nok å bidra finansielt (Ferd u.å.-f). Med andre ord kan man utfra dette lese at Ferd's involvering i sosiale entreprenører også involverer å jobbe aktivt med bedriftene i tillegg til å bidra med økonomisk støtte og investering. Igjen vil dette kreve en nærmere undersøkelse av hva dette er, eller for å si det på en annen måte, hva de gjør med og for bedriftene, og i neste rekke hva dette gjør med den sosiale verdien vi undersøker. Det er også interessant å undersøke hva som er kjernevirksomheten til Ferd og hvordan det påvirker hvordan de jobber med selskapene.

Neste punkt er Andresens uttalelse om viktigheten av feltet sosialt entreprenørskap. Han sier nemlig at velferdsstaten må løse sine oppgaver mer effektivt og at løsningene som kommer fra sosiale entreprenører ofte er bedre enn de gjeldende i det offentlige (Ferd u.å.-f). Han mener også at ikke bare den norske velferdsstaten, men alle velferdsstater er under press, noe som gjør det nødvendig med mer effektive løsninger (Ferd u.å.-f). Den norske velferdsstatens press knytter han spesielt til lavere oljepris (Ferd u.å.-f). Jeg ser dette punktet som et av de viktigste fra denne saken fordi den forklarer hva Ferd og Andresen fremmer som en av motivasjonene bak deres satsing på sosialt entreprenørskap. Nemlig at det de beskriver som svakheter i velferdsstaten forsvarer behovet for de sosiale bedriftene de investerer i. Det er på den ene siden en påpeking av viktigheten av velferdsstaten ettersom de mener de vil gjøre deres løsninger bedre, samtidig som det forutsetter at velferdsstaten ikke er god nok (effektiv

nok) og at løsningene de støtter hos de sosiale entreprenørene er bedre og mer effektive. Slik sett skisserer de et marked for nettopp den typen løsninger og bedrifter de investerer i. Kanskje kan man også si at de gjennom denne typen beskrivelser, som de også gjentar andre steder og som jeg skal komme mer tilbake til, skaper, eller forsøker å skape en virkelighet der det er marked for dem, eller sagt på en enklere måte forsøker å skape eller forme et marked for de sosiale entreprenørene. Sosialt entreprenørskap fremmes, satt litt på spisse, som det som skal redde en presset velferdsstat. Det at det er viktig for Ferd å fremme at de har en satsning på også dette området i tillegg til de mer kommersielle, knytter seg nok til nettopp dette behovet som de mener det er for de sosiale entreprenørene.

Det siste punktet jeg vil trekke fram her, er at Andresen knytter det til selskapets visjon, som er «å skape varige verdier og sette tydelige spor» (Ferd u.å.-f). Ifølge Andresen skaper engasjementet innen sosialt entreprenørskap at hans ansatte bedre forstår denne visjonen og selskapets verdigrunnlag, og hvordan det burde være i praksis (Ferd u.å.-f). Slik sett fremstår det nesten som den mest passende virksomheten for ferd er nettopp sosiale entreprenører, til tross for at det er en mindre del av virksomhetene som i beskrivelsen skiller seg tydelig fra de andre. Man kan også lese det som at satsingen på sosiale entreprenører skal påvirke og forme resten av virksomheten, og at den faktisk gjør det. Det utdypes imidlertid ikke hvordan dette skjer, om det er slik at den kommersielle delen av Ferd's virksomhet som beveger seg i retning av det sosiale, av sosial verdiskapning eller om det er måtene å gjøre forretning på som blir beveget i retning av sosiale entreprenører. Dette blir imidlertid ikke belegg for å si dette sikkert, men det er likevel en relevant refleksjon, spesielt om man setter det sammen med en antakelse om at sosialt entreprenørskap er en økonomisering og finansialisering av sosial verdiskapning og ideelle organisasjoner, slik vi så Chiapello hevdet i teorikapittelet (Chiapello 2015:24-26).

Grunnen til at jeg valgte å trekke frem nettopp disse punktene fra dette intervjuet er fordi de viser hvordan Ferd forholder seg til sosiale entreprenører og hvordan de forklarer (og forsvarer) sosiale entreprenørskap til omverdenen. Det er flere ting vi kan lese ut av og stille spørsmål ved disse uttalelsene. Det første handler om aktivt eierskap. Kan man da kanskje si at Ferd påvirker og former de bedriftene de går inn i, ikke bare gjennom investeringer og økonomisk støtte, men bruker de måter de tenker om sosialt entreprenørskap og verdiskapning til å skape bedrifter som passer til sine støpeformer? Er det modellene og de analytiske verktøyene fra forretningsverdenen de implementerer i selskapene, enten det er knyttet til økonomien eller måling, forståelse og/eller styring av sosial verdi? Det jeg da spør meg videre

er hvordan Ferd ønsker at sosiale entreprenører skal være. De måtene og tenke på, regne på og modeller som brukes i et investeringsselskap, tas de med videre når de arbeider med utviklingen av sine sosiale entreprenører? I så fall, hva er resultatet av det?

Det neste punktet fra intervjuet er dette med sosiale entreprenørers rolle i en velferdsstat. Som vi så ble velferdsstaten presentert som ufullstendig og som noe som må gjøres mer effektivt og trenger bedre løsninger. Man kan da spørre om en 'perfekt' velferdsstat ikke ville ha behov for sosiale entreprenører? Det kan i det minste virke som velferdsstaten gjør det nødvendig å forsvare eller begrunne sosiale entreprenører. Og at denne begrunnelsen også er nettopp velferdsstaten og dens svakheter kan jo tyde på at det er en spenning knyttet til velferdsstaten, sosiale entreprenører og forholdet mellom dem. Dette kan også virke som en del av å forme markedet på en måte, å skape eller forklare behovet. Det består av å påpeke problemer med velferdsstaten for å forsvare sosiale entreprenørers eksistens og sine investeringer i dem. Dette kommer jeg også noe tilbake til når vi ser nærmere på bedriftene i Ferd sosiale entreprenørers portefølje. Mange av bedriftene beskrives nemlig som at de har løsninger der offentlige systemer har sviktet eller menneskene de forsøker å gjøre det bedre for har havnet utenfor dem, men dette kommer jeg som sagt nærmere tilbake til senere.

Det siste punktet var hvordan Andresen i intervjuet knytter sosiale entreprenører tett opp til selskapets visjon. Så selv om sosiale entreprenører bare er en del av deres virksomhet som skiller fra de andre forretningsområdene i beskrivelsen «om Ferd konsernet», brukes den til å forsvare og bevise oppfyllelse av sin visjon og kanskje også andre veien at visjonen brukes for å forsvare investeringene i slike selskaper. Det virker generelt viktig for dem at man skal forbinde Ferd med sosiale entreprenører, ettersom de som sagt knytter det så tett opp til sin visjon, og som vi så tidligere et den ble presentert som et av forretningsområdene deres i beskrivelsen av selskapet, som eneste som nevnes eksplisitt akkurat der.

#### 4.2 Utvelging – hva er den ideelle sosiale entreprenøren for Ferd?

En stor del av det jeg har valgt å se nærmere på fra materialet er en resultatside for de ulike sosiale entreprenørene som Ferd har investert i. Denne kommer jeg mer inn på i neste delkapittel om dokumentering av sosial verdi. Likevel nevner jeg det her fordi det viser et spenn av bedrifter som er ulike på flere måter. Blant disse forskjellene er det størrelse, sosial utfordring de vil løse og naturligvis også løsningene. Jeg tenker derfor at det er interessant å undersøke hvordan Ferd velger ut disse. Ferd har en egen side under temaet sosialt

entreprenørskap som beskriver deres investeringsstrategi. Denne skal jeg se litt nærmere på blant annet for å undersøke hva den forteller om hvilke kriterier de har for organisasjonene de skal investere i. De forklarer nemlig på denne siden om investeringsstrategi at det som skal til for at Ferd Sosiale Entreprenører investerer i et selskap er blant annet at selskapet tilbyr et produkt eller en tjeneste som løser et sosialt problem i Norge på en ny måte (Ferd u.å.-c). I tillegg må selskapet skape sosiale resultater som er målbare kombinert med en forretningsmodell som viser at det er mulig for selskapet å bli økonomisk bærekraftige (Ferd u.å.-c). Det er vanligvis tre selskaper årlig som Ferd Sosiale Entreprenører velger ut for å ta del i det de omtaler som grunntrinnet av deres samarbeid (Ferd u.å.-c). Dette grunntrinnet varer i ett år (Ferd u.å.-c). De forklarer at velger dette utfra hvor de kan skape størst forskjell sammen med bedriften og de kan enten komme inn i grunntrinnet gjennom et akseleratorprogram eller utenfor dette programmet (Ferd u.å.-c). I tillegg til hvor de kan gjøre størst forskjell skriver de at de vurderer samarbeidsevne, gjennomføringsevne og motivasjon samt grunnideen bedriften er basert på (Ferd u.å.-a). Dette akseleratorprogrammet som kan lede videre til grunntrinnet, består av å fange opp og utvikle bedrifter som passer til beskrivelsen innovative sosiale entreprenørskap, for så eventuelt å gå videre i grunntrinnet (der den første investeringen skjer) på ett år, som igjen beskrives som en fase bestående av strukturering (Ferd u.å.-a). Deretter blir noen av bedriftene med videre som en del av porteføljen der de skal profesjonaliseres i en fase som varer fra tre til seks år (Ferd u.å.-c). De beskriver deretter en fase kalt alumni som består av nettverk og sosial effektmåling, hvor forventningene til bedriftene er at de skal klare å stå på egne ben (Ferd u.å.-c).

Det er også interessant å trekke på hvordan Asdal, Brenna og Moser visste at Callon brukte «framing»-begrepet i analyse av økonomi og Barry i analyse av politikk (Asdal, Brenna og Moser 2007:44-45). Der så vi at dette begrepet ble brukt for å undersøke hvordan noe som ble del av noe, mens noe annet ikke ble det, altså noe ble del av det økonomiske eller politiske, mens noe annet ikke ble det (Asdal, Brenna og Moser 2007:44-45). Og videre hvordan dette ble reforhandlet og endret (Asdal, Brenna og Moser 2007:45). Arbeidet med utvelgelser av de sosiale entreprenørene vil mest sannsynlig innebære at disse grensene må reforhandles. For eksempel hva som er en sosial problemstilling og hvilke løsninger som er sosiale nok (altså skaper nok sosial verdi) og økonomiske nok (viser nok potensiale for økonomisk bærekraft). Dette materialet jeg har sett på viser ikke hvordan denne forhandlingen skjer, men den viser at slike forhandlinger er nødvendige. Vi ser at det som stikker seg frem er spenningen mellom det økonomiske og det sosiale. Det er naturligvis ikke sikkert at det er dette som er fokuset

ved utvelgelsen og kanskje er det heller ikke bevissthet rundt det, men at dette likevel skjer er en rimelig antagelse. «Framing» skjer da rundt hva som er sosialt entreprenørskap (grensene for det sosiale og entreprenørskapet, eller det økonomiske/kommersielle). I det kan man si at det skjer for hva sosialt entreprenørskap er for Ferd, eller for hva som er en sosial entreprenør som passer inn i måten Ferd jobber med og forventer av de sosiale entreprenørene.

Hva er så resultatet basert på kun dette materialet? Det kan oppsummeres som at det er en bedrift som ved hjelp av et produkt eller tjeneste løser en sosial utfordring i Norge samtidig som det skapes nok fortjeneste til at de på et punkt kan bli økonomisk bærekraftige. Dette må også utføres av entreprenører med den riktige gjennomføringsevnen, samarbeidsviljen og motivasjonen, i tillegg til at ideen som ligger i bunn er god nok. Som vi ser er disse kravene ganske ulne, noe som etterlater utvelgelsesprosessen Ferd gjør bak lukkede dører ganske åpen. Likevel har vi sett at det er noen helt konkrete krav, som at løsningen må være på en sosial utfordring i Norge, og at det må involvere produkter eller tjenester. At det er krav om produkt eller tjeneste kan leses som et resultat av det kommersielle ved entreprenørskap, som også viser seg i det økonomiske aspektet. Det økonomiske aspektet er imidlertid også nokså avgrensende, selv om det er krav om å vise potensial for å bli økonomisk bærekraftig som stilles, og ikke at man er det fra starten av.

Ferd Sosiale Entreprenører har med andre ord et program bestående av ulike faser som de velger ut bedrifter til å del i. For at noe skal være et sosialt entreprenørskap (som de kan vurdere for investering) kommer det frem at salg av tjeneste eller produkt er viktig og at det må være knyttet til et sosialt problem eller utfordring. Hvis jeg trekker «framing»-begrepet videre til verdi, kan det virke som sosial verdi for Ferd, i det minste i praksisen, må kunne resultere i noe som kan selges, og at det også er dette som skal føre til den andre bunnlinje, nemlig den økonomiske, med potensiale for utbytte eller i det minste å være økonomisk bærekraftig etter å ha gått gjennom programmet til Ferd.

#### 4.2.1 Hvilke sosiale entreprenører har Ferd investert i?

Som sagt vil jeg undersøke hvordan Ferd Sosiale Entreprenører måler og fremstiller sosial verdi som deres investeringer har skapt. På den nevnte resultatsiden er det en egen side for hver av de sosiale entreprenørene. Jeg skal imidlertid ikke analysere alle disse, da det blir for omfattende, men jeg skal her først gjøre kort rede for hvem de er og hva de driver med, før jeg viser hvilke jeg skal se nærmere på. Beskrivelsene jeg gir er et forsøk på å trekke ut det

viktigste fra beskrivelsene av selskapene på de ulike sidene på resultatsiden. Rekkefølgen er som på resultatsiden alfabetisk, for å gjøre det enklest mulig å holde oversikten. Til slutt oppsummerer jeg hvilke bedrifter som jeg skal se nærmere på. Den første bedriften er Atlas Kompetanse, som jobber for å gjøre kommunikasjon mellom familier som har bodd kort tid i Norge eller mangler norske språkferdigheter, og det offentlige systemet deriblant skole (Ferd Sosialt Entreprenørskap 2018a). Dette er en av bedriftene jeg skal se nærmere på når jeg undersøker dokumentering av sosial verdi.

Den neste bedriften er *Barnas Plattform* som tilbyr kurs for å lære foreldre hvordan de kan bidra til opprettholdelse og styrking av sine barns selvbilder (Ferd Sosiale Entreprenører 2018b). En annen bedrift er *Forandringsfabrikken*, som samler inn erfaringer fra barn og unge for å forbedre skole og hjelpesystemer for barn og unge (Ferd Sosiale Entreprenører 2018c). Så skal jeg innom en bedrift jeg kommer tilbake til senere i analysen, nemlig *Forskerfabrikken*. De holder kurs for barn og unge innen forskning, matematikk og naturfag og tilbyr etterutdanning for lærere og barnehageansatte, med overordnet mål om å øke interessen for realfag (Ferd Sosiale Entreprenører 2018d). Denne bedriften skal jeg innom senere når jeg undersøker hvordan bedriften selv beskriver det å operere mellom det kommersielle og ideelle.

Videre går jeg til bedriften *Gammel Nok*, som hjelper mennesker over 50 år som har havnet utenfor arbeidslivet med å få arbeid ved å selge ulike tjenester, samt rekruttering til offentlig og privat selskap (Ferd Sosiale Entreprenører 2018e). Neste bedrift ut, *Gatemagasinet Asphalt*, er som navnet tilsier et gatemagasin (Ferd Sosiale Entreprenører 2018f). Disse magasinene selges av mennesker i vanskelige situasjoner «med ruserfaring» i Rogaland (Ferd Sosiale Entreprenører 2018f). Deretter følger *Generasjon M*, som gir unge mulighet til å komme inn i arbeidsmarkedet gjennom å bli besøksvenner for eldre for å minske ensomhet og inaktivitet blant disse eldre (Ferd Sosiale Entreprenører 2018g). Så kommer vi igjen til en bedrift jeg skal trekke videre i oppgaven, nemlig *Intempo*. Siste punkt i analysen før jeg går til den oppsummerende delen er å analysere debatten rundt en evalueringsrapport som ble bestilt i forbindelse med dette selskapet. De vil forebygge lese- og skrivevansker, og har med det formål utviklet språkleken Bravo for bruk i barnehage og hjem (Ferd Sosiale Entreprenører 2018i).

Neste selskap i listen er *lyk-z*, som tilbyr livsmestringsprogrammet FROG for at barn og unge som har falt utenfor skole og arbeid skal komme raskt tilbake ved at de finner sine egne kvaliteter og evner (Ferd Sosiale Entreprenører 2018j). En annen bedrift som jeg imidlertid

ikke kommer tilbake til er *Lærervikaren*. Det er kort forklart et nettsted som fungerer som et verktøy for lærervikarer der de kan finne undervisningsopplegg for timene de skal ha, samtidig som nettstedet tilbyr en bemanningsløsning for skoler som trenger lærervikarer (Ferd Sosiale Entreprenører 2018k). For øvrig ble selskapet i november 2018 innlemmet under Trivselsleder, som er et annet selskap Ferd har investert i (Ferd Sosiale Entreprenører 2018k). Selskapet *Medarbeiderne* tilbyr på sin side tjenester som henting av avfall, flytting og rydding som utføres av mennesker med rusbakgrunn som dermed får lønnet arbeid (Ferd Sosiale Entreprenører 2018l). Så går turen videre til *Motitech*, som tilbyr treningsløsningen *Motiview* for eldre og personer med demens, der de får trening ved hjelp av ergometersykler som tilpasses brukerne og en skjerm med filmer som skal motivere (Ferd Sosiale Entreprenører 2018m). Den neste bedriften driver også med teknologi, og krever en litt mer omfattende beskrivelse. *No Isolation* utvikler digitale kommunikasjonsmidler som skal redusere ensomhet og isolasjon, der de per i dag har de to produktene AV1 og KOMP (Ferd Sosiale Entreprenører 2018n). Førstnevnte er en robot som skal erstatte den fysiske tilstedeværelsen for langtidssyke barn i klasserommet og sosiale sammenhenger, slik at de kan se, høre og delta i samtaler selv om de ikke er fysisk til stede (Ferd Sosiale Entreprenører 2018n). KOMP er en skjerm som familie og venner kan sende ulikt innhold som meldinger og bilder og ha samtaler via, slik at mennesker som ikke behersker nettbrett og telefoner kan motta de og holde kontakten. (Ferd Sosiale Entreprenører 2018n). Så en noe annerledes bedrift, nemlig *Seema* som tilbyr lederstøtte, kurs, foredrag og prosjekter innen mangfoldsledelse for å styrke evnene i virksomheter til å lede mangfold, i tillegg til at de har et eget talentprogram for kvinner med flerkulturell bakgrunn, med mål om at flere ledende posisjoner skal fylles av nettopp kvinner med flerkulturell bakgrunn (Ferd Sosialt Entreprenørskap 2018p). Nå kommer vi igjen til en bedrift som jeg skal se mer på, nemlig *Trivselsleder*. De lærer opp elever til å ta ekstra ansvar i skolegården og dermed bli det de kaller trivselsledere (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Dette er et av selskapene som jeg ser nærmere på når jeg skal undersøke dokumentering av sosial verdi.

Når vi nærmer oss slutten av listen, kommer vi til *Ungt Entreprenørskap*. De samarbeider med utdanningssystem, næringsliv og «andre samfunnsaktører» for å inspirere unge til å «tenke nytt og skape verdier» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018r). Siste bedrift ut, skal jeg også se nærmere på i delen av analysen som kommer. *Unicus* er nemlig et IT-selskap som ansetter personer med Asperger syndrom, og spesialiserer seg på konsulentvirksomhet innen IT-testing og kvalitetssikring, i tillegg til dataanalyse og andre tjenester (Ferd Sosiale



Entreprenører 2018s). Dette er også et av eksemplene jeg skal undersøke når jeg ser på sosial verdi, og dette er fordi de skiller seg litt ut ved at deres resultatside også omtaler den samfunnsøkonomiske lønnsomheten.

For å oppsummere, jeg skal altså se videre på Atlas Kompetanse, Forskerfabrikken, Intempo, Trivselsleder og Unicus. Disse brukes videre som holdepunkter for å undersøke ulike aspekter ved blant annet den sosiale verdien, måling og verdsetting jeg har funnet i materialet. Atlas Kompetanse og Trivselsleder trekkes frem i en video jeg skal se på senere, som eksempler på verdsettingen som forslås for de sosialentreprenørene (FerdSosEnt 2019). Derfor velger jeg å undersøke de som nettopp det for å få de tydeligste bildene på hva dette vil si i praksis, men dette kommer jeg tilbake til. Intempo trekker jeg som allerede nevnt frem fordi de er sentrale i forbindelse med det som skal vise seg å være en nokså kontroversiell rapport, som også knytter seg til sosial verdi. Unicus trekkes frem fordi beskrivelsen av dem skilte seg ut, der de linket sin nytte eller sosiale verdi til samfunnsøkonomiske besparelser, noe som er ekstra interessant å undersøke i lys av verdsettingslitteraturen. Forskerfabrikken er en bedrift vi skal se på som neste punkt, ettersom de har ytret seg om hvordan det kan være utfordrende å være sosialt entreprenørskap med tanke på spenningen mellom det ideelle og kommersielle, som er noe av det mest sentrale i analysen i denne oppgaven.

#### 4.3 Forskerfabrikken: kommersiell eller ideell?

Som nevnt tidligere skiller Ferd forretningsområdet sosiale entreprenører ved å omtale det som ikke-kommersielt. Med andre ord er de andre forretningsområdene kommersielle. Jeg vil derfor se litt nærmere på hvordan Ferd beskriver dette 'ikke-kommersielle' forretningsområdet utover det jeg så i beskrivelsen av selskapet som helhet. Jeg går derfor tilbake til nettsiden til Ferd, der de har en egen kategori i hovedmenyen på toppen av siden som heter Ferd Sosiale Entreprenører. Der går jeg først videre til undersiden *Hva er sosialt entreprenørskap?* der de skriver om definisjoner, sine mål for dette forretningsområdet og et siste mer utfyllende punkt om sosiale entreprenører og økonomisk overskudd (Ferd u.å.-b). Det er dette siste punktet jeg skal se mest på her ettersom det kan knyttes til et skille mellom kommersielle og ikke. Hva som menes med kommersiell i denne sammenheng kan også være relevant å nøste opp i. Jeg skal imidlertid først se på hvordan en av de sosiale entreprenørene Ferd har investert i drøfter dette i et blogginnlegg. Aller først henter jeg en definisjon fra Store norske leksikon, der man kan se at kommersiell kan bety «noe som har med handel å gjøre,

som er beregnet på handel eller handelssamkvem» eller at det kan bety «salgbar og betegne noe som er laget eller presentert for å virke salgsfremmende og ha bred appell» («kommersiell» 2019).

Andre steder kan man lese at kommersiell brukes som en motsetning til ideell. Som i det nevnte blogginnlegg på nettsiden til en av de sosiale entreprenørene i Ferd's portefølje nemlig Forskerfabrikken. På Forskerfabrikken sin nettside skriver nemlig Hanne Finstad, omtalt som fabrikkssjef, i et innlegg fra 2013 om det å drive sosialt entreprenørskap og forholde seg til ideell og kommersiell som måter å beskrive seg selv og bli beskrevet av andre (Finstad 2013). Som vi så i gjennomgangen av alle selskapene som presenteres på resultatsiden, holder Forskerfabrikken blant annet kurs for barn og unge innen forskning, matematikk og naturfag (Ferd Sosiale Entreprenører 2018d). I blogginnlegget skriver hun at de valgte å bli et aksjeselskap og bruke verktøy fra forretningsverdenen for å nå ut til flere barn, og at dette var mer vellykket enn å være forening med ideelt formål (Finstad 2013). Etter at de ble aksjeselskap skriver hun videre at de blir omtalt som kommersielle «i en negativ betydning av ordet» (Finstad 2013). De definerer seg selv som sosialt entreprenørskap og skriver at dette problemet med å bli omtalt som kommersielle (med en negativ betydning) er vanlig for mange sosiale entreprenører (Finstad 2013). De utdyper videre at den negative betydningen av kommersiell er en dagligtaleversjon som brukes for å beskrive noen som ønsker mest mulig økonomisk profitt (Finstad 2013).

Dette blogginnlegget ble også omtalt i et innlegg på Ferd sine nettsider der direktør for Ferd Sosiale Entreprenører, Katinka Greve Leiner, forklarer mer om hva sosialt entreprenørskap er. Der sier hun at de søker sosiale entreprenører som etter hvert kan gå med økonomisk overskudd fordi det er på den måten de mener man best kan øke sitt arbeid ved å bruke overskuddet (Ferd u.å.-g). Det er imidlertid mange som møter dette med skepsis og tenker at man ved å ha økonomisk overskudd kan bli «skummelt kommersiell» (Ferd u.å.-g). Hun trekker i likhet med Andresen i intervjuet jeg var innom ovenfor også frem forholdet til den norske velferdsstaten. Hun forklarer at det kan være både et laboratorium for velferdsstaten og samtidig finne nye løsninger der velferdsstaten ikke har lyktes enda (Ferd u.å.-g). Altså kan man kanskje si at også her påpekes mangler ved velferdsstaten for å vise viktigheten av sosiale entreprenører, men også at det kan være et samarbeid mellom de to uten at dette utdypes i særlig grad i denne saken. På en måte kan man lese det som at hun rett og slett forsøker å beskrive en virkelighet der sosiale entreprenører er en forlengelse av velferdsstaten, og slik sett nærmest en del av den. I en slik lesning møter vi i så fall igjen en spenning der

velferdsstaten har funksjon som en dobbel forklaring på behovet av sosiale entreprenører. De sosiale entreprenørene bidrar til å utvikle velferdsstaten og skape bedre løsninger samtidig som det er svakheter ved velferdsstaten som gjør at sosiale entreprenører er nødvendig, og dermed skaper markedet for dem.

Direktøren understreker også at det er gråsoner for de ulike kategoriene som brukes om organisasjoner i dette feltet og at det er vanlig med ulike organisasjonsformer (Ferd u.å.-g). Tilbake til beskrivelsen av hva sosialt entreprenørskap er og forholdet til økonomisk overskudd skriver Ferd at de mener at sosiale entreprenører kan gå med overskudd og til og med betale utbytte til eiere, så lenge man kan dokumentere den sosiale effekten og det de kaller den doble bunnlinjen (Ferd u.å.-g). Den doble bunnlinjen kan da kanskje være en måte å skille ulike typer virksomheter fra hverandre, der det er denne doble verdiskapingen som kjennetegner sosiale entreprenører. Det stilles også krav til å dokumentere den sosiale verdiskapingen for at den økonomiske verdiskapingen og eventuelle utbyttebetalinger skal kunne forsvares. Slik sett ser vi at en spenning mellom det sosiale og det økonomiske etableres som sentralt for sosiale entreprenører. Med andre ord er det på grunn av det kommersielle ved sosialt entreprenørskap stilles det krav til dokumentering av sosial verdi. Dermed er det naturligvis noe åpenbart kommersielt med sosialt entreprenørskap, men likevel omtales sosialt entreprenørskap som vi så tidligere som et forretningsområde i tillegg til de kommersielle. Altså ikke-kommersielt? Her det det med andre ord et tydelig spenne også hvordan de omtaler dette selv, og noe uavklart ved statusen til sosiale entreprenører.

Det virker som det er enkelte betydninger av kommersiell man som sosial entreprenør ønsker å distansere seg selv fra. Ved å bruke forretningsmodeller og verktøy fra den profittsøkende forretningsverdenen og gjerne oppretter aksjeselskap så blir man sett på som nettopp dette. Da kan det virke som en stor del av jobben er å overbevise omverdenen om at dette overskuddet man eventuelt får igjen blir brukt til å skape mer av andre typer verdi, som sosial verdi. Eller i det minste at det fører til mer av den aktiviteten bedriften driver med som gjør at de omtaler seg som sosialt entreprenørskap. Den økonomiske delen av bunnlinjen skaper krav om mer dokumentasjon og måling knyttet til den sosiale delen. De skilles fra hverandre og fremstilles som to forskjellige enheter som må dokumenteres på hver sin måte og hver for seg. Kravene til dokumentering av den sosiale effekten på grunn av det økonomiske aspektet, kan også minne om hvordan ideelle organisasjoner kritiseres hvis pengene de får fra donasjoner og støtte ikke faktisk går til de formålene organisasjonen jobber for, eller at for stor andel går til administrasjon og lignende (se for eksempel gieffektivt.no som gir oversikt over hvor

‘effektiv’ pengebruk organisasjoner har, eller innsamlingskontrollen.no som stiller regnskapskrav og lignende for å komme på deres godkjentliste av innsamlingsorganisasjoner). Dette kan vi forstå i lys av Chiapello som undersøkte sosialt entreprenørskap. Hun påpekte hvordan donasjoner og støtte fikk en endret form som følge av en finansialisering, der det ble sett mer som investeringer som man forventet å få noe tilbake for, at det ble dokumentert og målt ved hjelp av finansverdenens verktøy for å kunne vise en ‘avkastning’ som følge av det som nå ble sett som investeringer (Chiapello 2015:25).

Med andre ord, når de ideelle går over til å være sosialt entreprenørskap og tar i bruk forretningsverdenens verktøy og tilbyr for eksempel salg av varer og tjenester, må de jobbe for å beholde noe av sin ideelle status ved å distansere seg fra det kommersielle de har beveget seg mot. Samtidig skriver jo Ferd at det ikke er noe i veien for at sosiale entreprenørskap betaler utbytte til sine eiere av overskuddet. Deres forståelse må jo da kunne sies å inkludere aktører som ville blitt omtalt som nokså kommersielle, men at de må dokumentere en dobbel bunnlinje, med særlig krav mot den ikke-økonomiske bunnlinje, altså det sosiale. Til slutt kan man si at det tyder på at det skjer stadige forhandlinger innad og utad blant sosiale entreprenører knyttet til det ideelle og det kommersielle, som også kan knytte seg til verdi og spenningen mellom sosiale og økonomisk verdi. Dette vises også når jeg nå skal se videre på blogginnlegget som jeg var innom tidligere.

#### 4.3.1 En mistenkeliggjort modell

Tilbake til Finstad sitt blogginnlegg om ideell versus kommersiell. Der skriver hun også at de forsøkte å utnytte undervisningsrom som sto tomme på ettermiddag og kveld (Finstad 2013). Etter at de ble aksjeselskap følte de at de ble møtt med mistenksomhet og motstand fordi de ble oppfattet som en kommersiell aktør (Finstad 2013). De fikk beskjed om at de ikke kunne få låne disse undervisningsrommene gratis lenger fordi de var kommersielle aktører, men etter at de forklarte at de gikk med underskudd hvert år fikk de likevel låne rommene gratis (Finstad 2013). Jeg skal ikke gå nærmere inn på denne konflikten, men tar den med her fordi jeg kort vil kommentere dette med å bli møtt med mistenkelighet og motstand. Det stemmer også med det som sto i forklaringen av hva sosialt entreprenørskap er og holdninger til økonomisk overskudd. Utfra beskrivelsen i blogginnlegget til Finstad blir altså aktører som skal skape sosial verdi eller effekt og samtidig har mulighet for å oppnå økonomisk overskudd

møtt med skepsis, men ved å vise at man går med underskudd reduseres mistenksomheten (i det minste slik de presenterer at de oppfattet situasjonen).

Ifølge Fagerberg sin lesing av Schumpeter var noe av det som var spesielt med entreprenøren at de ble møtt med en sosial motvilje (Fagerberg 2007:21-22). Kan dette vise en likhet mellom entreprenøren som Schumpeter beskrev det og de sosiale entreprenørene her? At det nye, eller den nye måten å gjøre ting på her knyttes til organisasjonsform og å bevege seg mot det kommersielle? Og at dette møtes med en sosial motstand og skepsis med tanke på hvordan de skal behandles, enten som en kommersiell aktør eller en ideell. Hvis man godtar et premiss om at de sosiale entreprenørene oppholder seg et sted imellom disse kan man kanskje knytte denne skepsisen til en usikkerhet i hvordan andre aktører skal forholde seg til dem. Da kan kanskje denne sosiale motstanden også være lignende den Schumpeter beskrev at entreprenørene møtte, og som de måtte inneha spesielle kvaliteter i betydning av styrken til å stå imot denne motstanden. Samtidig kan man hevde at det ikke er så ulikt den motstanden eller skepsisen ideelle organisasjoner som mottar donasjoner og gaver møter. Da er det heller ikke et så nytt fenomen og man kan argumentere for at det ikke nødvendigvis er den samme typen motstand. Her er det vanskelig å konkludere, men det kan i alle fall sies at de sosiale entreprenørene slites mellom det kommersiell og det ideell, eller det kommersielle og ikke-kommersielle. Innenfor feltet sosialt entreprenørskap virker å ikke være rent ut noen av delene, og dette eksemplet fra blogginnlegget kan tyde på at dette også påvirker hvordan sosialt entreprenørskap oppfattes i samfunnet.

Dette knytter seg også til et annet aspekt ved Fagerbergs lesing av Schumpeter sin beskrivelse av entreprenøren jeg kan trekke på her. Nemlig at entreprenørens aktiviteter som innovasjon til skille fra oppfinnelse har et kommersielt formål (Fagerberg 2007:21). Dette er interessant ettersom det beskriver entreprenøren som nærmest utelukkende kommersiell, mens den sosiale entreprenøren vi så på ovenfor og Ferd Sosiale Entreprenører forsøkte å distansere seg fra nettopp det kommersielle. Dette kan både forklare noe av denne skepsisen de møter og hvorfor det å distansere seg fra det kommersielle er så sentralt. Men også hvorfor det å distansere seg fra det kommersielle blir en vedvarende prosess på grunn av skepsisen. Altså at det er vanskelig å overbevise omverdenen om å forstå entreprenørskap som ikke-kommersielt. Dette belyser med andre ord en dobbelthet som sosialt entreprenørskap opplever å oppholde seg i. Det iboende kommersielle ved entreprenørskapet og det sosiale som skal vise at de ikke er det (i det minste ikke i like stor grad som tradisjonelt entreprenørskap). Det er også vanskelig å si hvilken vei man skal lese bevegelsene, om det det ideelle som går over mot det

kommersielle, det kommersielle som beveger seg over i det ideelle. Det mest plausible er kanskje rett og slett begge delene, at bevegelser fra begge sider ender i en uavklart hybridposisjon. Videre kan man si at mye av det som knytter seg til entreprenørskapet og det nye og dermed eventuelt blir møtt med den spesielle typen sosial motstand som Schumpeter beskrev, er knyttet til selve formen, denne hybridformen mellom det ideelle og kommersielle som den gjerne omtales. Videre, som nevnt tidligere, at dette igjen knytter seg til verdi, der man forsøker å skille mellom to typer, men allikevel må forholde seg til begge og de to typene må forholde seg til hverandre. Som sagt kan man lese bevegelsene begge veier. På den ene siden vil de endre entreprenørskap til noe som ikke er like iboende kommersielt som tidligere, men samtidig trekkes den sosiale verdiskapingen som tidligere var område for ideelle organisasjoner mot det kommersielle både ved å knyttes til entreprenørskap og til salg av tjenester og produkter som jo gjerne leses som kommersielt.

Dermed er kanskje dette spennet det som er mest interessant å undersøke, noe som kan skille seg fra verdsettingslitteraturen som ble presentert i kapittel 2. For flere av forskerne innen verdsettingsstudier var formålet med deres analyser å finne en vei, eksempelvis for hvordan noe hadde gått fra å ikke ha en økonomisk verdi til å få det (som hos Muniesa 2012, Fourcade 2011 og til dels også Chiapello 2015). Her kan det være det er mindre interessant å se hvilken vei verdsettingen har gått, men heller å undersøke spennet mellom det sosiale og det økonomiske. Sagt med andre ord å undersøke dobbeltheten som ligger i å (ville) være både kommersiell og ikke-kommersiell på samme tid. Spørsmålet blir dermed ikke hvilken vei det har gått, altså fra ideell til kommersiell eller omvendt, men å belyse de forhandlingene og formingene som skjer i materialet som drar litt i begge retninger. Dette er også interessant med tanke på verdi og verdsetting.

#### 4.4 Hvordan dokumentere sosial verdi?

Foreløpig har jeg vært innom Ferd sin forståelse av sosialt entreprenørskap som en organisasjonsform der utbytte ikke er noe problem så lenge man kan dokumentere en dobbel bunnlinje. Med dobbel bunnlinje mener Ferd at de sosiale entreprenørene leverer både økonomiske og sosiale resultater, eller effekt (Ferd u.å.-b). Jeg vil derfor se på den siste delen av dette, nemlig den sosiale effekten og hvordan dette måles og dokumenteres. For forskere innen verdsettingsstudier er det nettopp dette de er opptatt av, hvordan det som i utgangspunktet ikke er målbart, gjøres målbart. Som vi så hos for eksempel Fourcade som

undersøkte hvordan naturen som i utgangspunktet ikke er målbar blir til økonomisk verdi (Fourcade 2011:1724). Jeg tar derfor utgangspunkt i resultatsiden for 2018 fra Ferd Sosiale Entreprenører. De presenterer sin resultatrapport i form av nettsiden ferd-sosent.no, hvor man kan velge hvilket år man vil se resultatene for (de mulige valgene er 2016, 2017 og 2018). Når jeg klikker meg videre til den nyeste av rapportene tilgjengelig, 2018, møtes jeg blant annet av en video med tittelen *FERD Sosiale Entreprenører – Måling av sosiale resultater*. Det er denne videoen jeg først skal gå litt inn på. Videoen består av direktør Katinka Greve Leiner som forklarer måling av sosiale resultater der hun blant annet sier:

«For oss har det vært viktig å vise omverdenen hva vi driver med og få fram hvor stor samlet effekt porteføljen har, det vil si alle selskapene våre. Løsningen ble hvert eneste år å summere opp fra alle selskapene som vi jobber aktivt med, og etter hvert også de selskapene som vi er ferdige å jobbe med, men som vi fortsatt ville følge. Hvor mye sosial effekt har de? Og hvordan går det med økonomien i selskapet? Da vi begynte å summere opp, så vi at det vi klarte å samle fra disse selskapene var antall mennesker de jobbet med.» (FerdSosEnt 2019:0:56-1:29).

Det er flere poeng jeg tenker er relevante å trekke ut av dette. Først at måten de fant for å vise den sosiale effekten sine selskaper hadde, var antall mennesker de jobbet med. Et tall som skulle vise effekten, være et mål på den sosiale verdien de skaper. Motivasjonen for dette var å kunne vise omverdenen hva de drev med. Denne måten å gjøre det på beskrives også som et resultat av å samle data fra selskapene over år. Altså var antall mennesker de sosiale entreprenørene jobbet med det de klarte å trekke ut av denne dataen. Hvordan kan vi lese dette i lys av tallteknologier? Det er jo for så vidt en nokså enkel tallteknologi om man tenker på at det bare er å telle opp mennesker, likevel er avgrensingen av hvem som teller som slike mennesker ikke selvsagt. Det vil også ha en effekt for hva sosial verdi eller effekt er, eller kanskje heller blir av at det måles på denne måten. Ved å måle sosial verdi som antall mennesker påvirket knytter man verdien til enkeltmennesket ettersom opptelling av enkeltmennesker er selve måleenheten. På samme tid går man vekk fra det enkelte mennesket idet man måler mengden av sosial verdi i antall, der man kan anta at målet er å få dette antallet så høyt som mulig. Tallteknologi som det brukes for analyse innen verdsettingsstudier så vi på i Asdals bok. Der ble deres evne til å gi inntrykk av objektivitet og skape tillitt trukket frem (Asdal 2011:75). Dette kan være en forklaring på hvorfor det ble løsningen Ferd Sosiale Entreprenører valgte for å vise omverdenen deres resultater. To andre punkter som var sentrale ved tallteknologiene slik vi så hos Asdal er relevante her. Det ene er at tallteknologiene bringer noe frem i lyset samtidig som noe annet blir mindre synlig eller forsvinner (Asdal 2011:99). Det neste elementet er at de etablerer sosiale forhold og

forestillinger om sakens innhold, altså er de produktive (Asdal 2011:75). Tallteknologien som presenteres i sitatet fra videoen ovenfor sier for eksempel ikke noe om hva arbeidet med de påvirkede menneskene innebærer. Sitatet under kan sees som et forsøk på å inkludere mer av selve arbeidet, ettersom måleenheten nyanseres noe. Dette andre sitatet viser også hvordan det som måles blir noe annet enn det er ved bare å se på forklaringen i det første sitatet. Det første har imidlertid ikke blitt fremmet alene som måte å måle, men jeg velger likevel å trekke det frem som et eksempel på det produktive ved tallteknologien. Altså at forskjell for hva sosial verdi blir i målingen, endres ved å legge til aspektet som kommer frem under. Som sagt gis denne måleenheten noen nyanser, som Greve Leiner videre i videoen forklarer at:

«Det er litt forskjellig hvordan de jobber med mennesker, så vi endte opp med å dele de i to kategorier. Den ene kategoriene er de som har litt effekt på mange og den andre kategorien er de som har stor effekt, men på færre mennesker. For oss er det to forskjellige måter å jobbe på.» (FerdSosEnt 2019:1:29-1:48).

Med andre ord kan man forstå antall mennesker de jobbet med som antall mennesker man har påvirket eller hatt effekt på. Videre i videoen forklares det at «litt effekt på mange» kan kalles bred effekt eller livsforbedrende påvirkning, mens «stor effekt, men på færre mennesker» kan kalles dyp effekt eller livsendrende påvirkning (FerdSosEnt 2019). Det er altså sosial effekt som måles som enten dyp eller bred, der dyp effekt endrer liv, mens bred effekt forbedrer liv. Det vil si at det som sosial verdi måles utfra hvor mange effekten deres påvirker og hvor mye effekt de har på de individene som inngår i måleenheten av sosial effekt. Vi kan lese effekt som en måte å måle verdi på, og denne 'tellingen' av personer påvirket av to ulike typer effekt er en måte å dokumentere den sosiale delen av bunnlinjen. Det som blir klart her er at de måler sosial verdi som to ulike typer effekt. Og som vi skal se kan det være stor forskjell på antallet for den ene og andre typen effekt. Dette tyder på at en av typene effekt må være mer 'verdt' enn den andre, ettersom man kan godta den store forskjellen. En måte å se dette på er at tallteknologiene utvides og deles i to kategorier for å få frem det mer av det kvalitative. Det kvalitative blir da knyttet til hvor stor effekten/påvirkningen er, altså om den er livsforbedrende eller livsendrende.

Et spørsmål man kan stille seg i møte med disse er i hvilken grad disse typene verdi er sammenlignbare, og om man ser det i investorverdenens lys, hvordan man velger hvilket selskap å investere i dersom det står mellom to selskaper som skaper hver sin type sosial verdi, som en form for 'avkastning'. Balansen eller spenningen mellom økonomisk og sosial verdi kan også være et interessant aspekt her. Tidligere så vi at for å forsvare å ta ut



økonomisk utbytte måtte den sosiale effekten dokumenteres. Det som imidlertid ikke sies noe om er hvor 'høyt' eller mye sosiale resultater det kreves for å forsvare økonomisk utbytte. Eller om det i det hele tatt er en sammenheng mellom hvor mye sosial effekt som dokumenteres og utbytte man kan ta ut? Det eneste som sies er at sosial effekt må dokumenteres for at utbytte kan forsvares. Og videre at sosial effekt måles i antall mennesker påvirket, i to ulike kvalitative kategorier.

Her kan vi også trekke linjer til artikkelen av Kullenberg og Nelhans, som undersøkte måling av velferd. De så at fraværet av standarder, og videre forsøkene på å etablere standarder førte til forhandlinger om hva som skulle være med og at disse forhandlingene hadde en performativ effekt (Kullenberg og Nelhans 2017:8 og 10). Vi har her sett at Ferd forsøker å skape en standard for hvordan selskapene de investerer i skal måle, nemlig dyp og bred effekt. Det at dette er måten for å måle sosial verdi på, gjør nettopp at sosial verdi blir å påvirke mennesker på en måte som enten forbedrer eller endrer livene deres, der disse menneskene blir måleenheten.

På samme siden som videoen kan jeg klikke meg videre i en meny til de samlede resultatene for Ferd Sosiale Entreprenørers portefølje. Der kan jeg lese at 694 396 mennesker har mottatt livsforbedrende påvirkning og 21 945 mennesker livsendrende påvirkning (Ferd Sosiale Entreprenører 2018o). Det er to tall i tillegg til disse som brukes for å presentere de samlede resultatene, nemlig at det i 2018 har jobbet 271,5 årsverk i porteføljen og at de samlede driftsinntektene var på 282 millioner ekskludert alle tilskudd (Ferd Sosiale entreprenører 2018o). Med andre ord ser vi her at det presenteres en dobbel bunnlinje med den økonomiske dokumentert via driftsinntekter og den sosiale med antall mennesker som har blitt påvirket av de to ulike typene effekt de opererer med i sine resultatfremstillinger. I målforklaringene får vi vite noe mer om disse to typene sosial effekt de skiller mellom, ved at livsendrende påvirkning kjennetegnes ved at de jobber tett på færre personer med potensial for å endre personenes fremtid, mens livsforbedrende jobber med større målgrupper med potensial for å forbedre liv (Ferd Sosiale Entreprenører 2018o). Dermed kan vi se at måten det arbeides på har noe å si for den sosiale verdien som skapes, og dersom jeg tar videre med meg ideen om at en av formene for verdi (de to typene effekt) er mer verdt per antall enn den andre, kan dette da knyttes til arbeidet med tanke på typen og mengden. Vi ser her at måleenhetene som Ferd har utviklet for å måle sosial verdi hos sine sosiale entreprenører, ikke lenger er bare hvor mange mennesker som har fått livene sine endret eller forbedret, men at det også har noe

å si hvor intenst bedriftene jobber med hvert individ. Med andre ord ser vi her at verdi også knyttes til arbeid.

Man kan på resultatsiden også klikke seg videre for å se resultater for de enkelte bedriftene, men der er ikke disse effektkategoriene noe man bruker for å fremme resultater, i alle fall ikke eksplisitt. Heller ikke driftsinntekter er noe man finner på disse sidene. I videoen jeg analyserte ovenfor med direktør for Ferd Sosiale Entreprenører som forklarte måling av sosiale resultater, gis det imidlertid et eksempel på hver av typene effekt. Så jeg skal derfor undersøke hvordan disse to bedriftene presenteres i rapporten, og ikke minst hvordan den sosiale verdien presenteres. Jeg vil først se på tallene som presenteres og se de i sammenheng med typene av effekt, ettersom jeg senere skal gå nærmere inn på andre virkemidler de benytter seg av for å få frem verdien av sitt arbeid.

#### 4.4.1 Trivselsleder: bred effekt, livsforbedrende påvirkning

Bedriften som trekkes frem som eksempel på bred effekt eller livsforbedrende påvirkning i videoen er Trivselsleder (FerdSosEnt 2019). Deres beskrivelse forklarer at de «jobber for økt trivsel, mer aktivitet og mindre mobbing i friminuttene på skolen» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Dette gjør de gjennom et program som elever går gjennom for at de skal ta ekstra ansvar for å inkludere alle, særlig i ulike former for lek i skolegården (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Hva dette programmet konkret går ut på utdypes ikke her, men det er likevel interessant å se hvordan de måler det de presenterer at de gjør. I likhet med den samlede resultatrapporten er det fire tall som trekkes frem for å vise resultatene. Antall barn som har trivselsleder på sin skole er 370 000 barn (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Lenger ned i en mer utdypende beskrivelse av bedriften kan vi lese at trivselsledere er elever som gjennomgår opplæringsprogram for å ta ansvar for å få alle med i leken (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Det neste tallet er antall nye trivselsledere, som er 70 000 (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). De neste to tallene er «Lavere konfliktnivå» som er 4,3/6,0 og «Færre går alene» på 4,7/6,0 (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Disse forklares i målforklaringene med at det er basert på spørreundersøkelser sendt til lærere, hvor de ble spurt om det hadde blitt rapportert henholdsvis lavere konfliktnivå og færre elever som gikk alene (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Videre at poengsummene er gjennomsnittscorene fra undersøkelsen (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Svarprosenten oppgis også på 29% av 1000 respondenter som fikk tilsendt undersøkelsen (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q).

Det at dette brukes som eksempel på bred effekt stemmer jo overens med at de har nokså høyt antall elever de oppgir å ha påvirket (ettersom man vanskelig ser for seg at de har jobbet tett på så mange), med 370 000 som har trivselsleder på sine skoler. Det bør imidlertid nevnes at de i målforklaringen for dette tallet forklarer at de faktisk kan ha livsendrende effekt for noen, men at for andre vil det være mindre påvirkning (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Det står imidlertid ikke hvor mange Trivselsledere det er, men i målforklaringen på antall nye trivselsledere står det at det er behov for omtrent 20 stykk for 100 elever (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Her ser vi at det er noen uavklarheter i selve tallene som presenteres. Tallet på nye trivselsledere kan man lese som et konkret og kvantifiserbart mål på den aktiviteten bedriften selv har, altså hvor mange som har gått gjennom deres program. De to siste tallene kan man lese som kvantifisering av noe av den forbedringen de forsøker å oppnå på skolene med trivselsledere, men at poengscorene ikke forklares noe mer utdypende enn at de er gjennomsnittscorer fra undersøkelsene de har utført, gjør det litt vanskelig å gå dypere inn på disse. Det er imidlertid tallteknologier knyttet til det kvalitative. Tallteknologier kan dermed sies å være et sentralt element for hvordan Ferd måler og presenterer verdi, både kvalitativt og kvantitativt, der de brukes for å bygge hverandre opp. Tallteknologier er altså et viktig element når Ferd skal rapportere resultatene for sine sosiale entreprenører. Andre ikke-numeriske verdsettinger er imidlertid også til stede, men disse skal jeg komme nærmere tilbake til senere. Om bred effekt kan vi lese ut fra dette eksemplet og måten det ble beskrevet i det vi så på tidligere at det dreier seg om et stort antall mennesker som påvirkes gjennom arbeid rettet mot individene som ikke er så veldig omfattende. Antallet er i så måte ikke så mye verdt per enhet (per person påvirket), noe som også gjenspeiler seg i forklaringen for tallet på elever som har en trivselsleder på sin skole, der de bekjenner at graden påvirkning for denne mengden mennesker kan være fra stor, og faktisk livsendrende, mens for andre lav påvirkning (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Dette er igjen interessant av en annen grunn, for selv om denne bedriften presenteres som et eksempel på en bedrift der man måler resultater i bred effekt eller livsforbedrende påvirkning, settes det ikke et skarpt skille mellom dette og livsendrende påvirkning. Det er likevel ikke livsendrende påvirkning tallet som brukes her viser/måler, men det «kan» være den typen effekt, eller sosial verdi, som skapes. Med andre ord er det ganske åpent hva dette tallet egentlig måler, bortsett fra naturligvis det konkrete at så mange elever har trivselsledere på sin skole. At det kan være snakk om livsendrende effekt for noen av de opptalte, trekker også på en måte måleenhetene vekk fra det som ble beskrevet tidligere om at typen verdi knyttes til arbeidsmetoder og mengde. Likevel måles jo Trivselsleder sitt resultat i livsforbedrende påvirkning eller bred effekt, som

jo stemmer overens med hypotesen om at det knytter seg til mindre dyptgående arbeid med de enkelte individene. Altså at måten man jobber på styrer hvordan man måler, heller enn at det er selve verdien som avgjør hvordan det måles. Det gjenstår derfor å se om eksempelet som trekkes frem for dyp effekt skiller seg nevneverdig fra framstillingen jeg nå har sett hos Trivselsleder, så jeg går derfor videre til å se på dette andre eksempelet.

#### 4.4.2 Atlas Kompetanse: dyp effekt, livsendrende påvirkning

Atlas Kompetanse er bedriften som brukes som eksempel på dyp effekt eller livsendrende påvirkning i videoen jeg analyserte lenger opp. På siden for denne bedriften i rapporten kan man lese at de «jobber for å styrke foreldres kommunikasjon og forståelse av systemer slik at de kan ta velinformerte valg for sine barn i møtet med norsk skole og barnevern» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a). Også resultatene for Atlas Kompetanse uttrykkes med fire hovedtall. Først er det antall barn og unge i familier som mottok veiledning i 2018, der resultater er 29 barn og unge (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a). Med barn og unge forklares det i målforklaringen at det er snakk om personer mellom 0 og 23 år (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a). Det neste tallet viser hvor mange timer hver familie i gjennomsnitt fikk med veiledning, der resultatet er 389 timer (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a). Neste tall er antall familier som ble veiledet på et annet språk enn norsk, der det er 11/12, som altså vil si at det var 12 familier som fikk veiledning totalt og 11 av disse fikk veiledning på et annet språk enn norsk (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a). Det neste tallet er også knyttet til språk, nemlig antall språk brukt i veiledningen i 2018, som var 5 ulike språk (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a). Det forklares videre at arbeidet deres kan bestå av kurs, opplæring, rådgiving, samt samarbeid med skole og kommune, der deres kulturelle og språklige kompetanse kombinert med fagkompetanser som lærere, sosionomer, barnevernspedagoger og samfunnsvitere er viktig for å «bygge bro» mellom familiene med manglende språkkunnskaper eller kort botid i Norge og skolesystemene (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a).

Her ser vi at tallene, eller måling og presentasjon av sosial verdi, knyttes sterkt til mengden arbeid med få individer (antall timer og antall familier/barn og unge), og at noe av hvilken kompetanse som kreves eller i det minste benyttes i arbeidet de gjør (språk). Den sosiale verdien som måles med antall mennesker påvirket, bygges på en måte opp eller støttes av at det er høyt timeantall per familie. Med andre ord sier tallene mye om omfanget av arbeidet,

men det er vanskelig å si noe ut fra disse om hva som faktisk er effekten, sagt på en enkel måte, om alle timene de brukte per familie hjelp. Det at dette skal være en livsendrende påvirkning, som altså kunne endre individers fremtid er vanskelig å tolke utfra tallene, så det vil være nødvendig å se på eventuelle andre verktøy som brukes for å få frem dette når jeg går videre inn i rapporten. Vi kan likevel trekke ut fra disse to eksemplene at typen effekt kan knyttes ganske tett opp mot omfanget av arbeidet målt i antall mennesker og arbeid per individ. Dette argumentet støttes av at resultatene for Atlas Kompetanse også fremstilles ved å vise til antall timer brukt per familie. Med andre ord arbeidsmengden per individ som samlet utgjør målingen og fremstillingen av den brede effekten eller livsendrende påvirkningen, i dette tilfellet.. For eksempelet på livsforbedrende påvirkningen så vi at det ikke var særlig spor av dette, der tallene gikk mer på å understreke mengden mennesker de hadde påvirket og indikatorer på at deres arbeid hadde en effekt, der sistnevnte ikke er noe vi ser i tallene som fremstilles hos Atlas Kompetanse. Vi ser også tydelig fra både dette eksempelet og for trivselsleder, at måleenheten for den sosiale effekten som ble presentert i videoen jeg undersøkte, ikke står alene. Altså er den ikke god nok for å vise det faktiske resultatet, men en samling av målinger er nødvendig. For Atlas Kompetanse brukes også noe annet for å styrke troverdigheten til tallene som brukes for vise verdien de har skapt, nemlig «Den gode historien», som er det neste jeg skal se på i denne analysen.

#### 4.4.3 Atlas Kompetanse: «Den gode historien»

Resultatsidene for flere av entreprenørene (men ikke alle) inneholder et punkt som omtales som «Den gode historien». For mange av de går dette ut på å beskrive en enkeltpersons (gode) erfaringer med det bedriften tilbyr, med andre ord en suksesshistorie som viser verdien det skaper for et enkeltmenneske, en familie eller lignende. Først vil jeg se på den gode historien fra Atlas Kompetanse:

«I februar 2018 ble vi kjent med en gutt på fem år. Han hadde bodd hos moren sin, men skulle nå bo sammen med faren for første gang. I barnehagen var de ansatte bekymret for guttens utvikling og om han ville være klar til skolestart. De var usikre på om gutten trengte ett år til i barnehagen, eller kanskje kunne ha spesielle behov. Faren hadde hatt begrenset kontakt med gutten, han hadde ingen andre barn og følte seg usikker på hvordan han skulle ta vare på et barn som kanskje hadde spesielle behov. Barneverntjenesten ønsket å forsikre seg om at faren kunne gi gutten god oppfølging og omsorg og ba Atlas Kompetanse avklare dette.» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a).

Og videre:

«I løpet av våren traff en av våre familieveiledere faren ukentlig og sammen laget de en god plan for å følge opp gutten. Faren fikk informasjon og gode verktøy han kunne bruke for å skape en god relasjon og gi sønnen den hjelpen han trengte. Allerede etter få måneder fortalte barnehagen at de så en tydelig positiv utvikling hos gutten. Faren har vært engasjert og lærevillig, og har jobbet knallhardt for å gi sønnen best mulig utgangspunkt i overgangen fra barnehage til skole.» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a).

Historien skildrer altså en situasjon preget av usikkerhet knyttet til et barn fra farens og barnevernstjenestens hold, som ble svart med bedriftens hjelp i form av opplæring og informasjon rettet mot barnets far, med resultat i form av rapportering fra barnehagen om at barnet hadde hatt positiv utvikling. Det beskrives at Atlas Kompetanse fikk i oppdrag fra barnevernstjenesten å avklare farens evne til oppfølging og omsorg for barnet uten at denne prosessen beskrives mer i denne historien. Slik sett virker det som de heller forsøkte å gjøre faren i stand til å ta seg av barnet og ettersom det brukes som en slik suksesshistorie kan man tenke seg at den avklaringen resulterte i at han ble oppfattet som i stand til dette etter arbeidet sammen med organisasjonen. Det sier imidlertid ikke «den gode historien» noe om. Den sosiale verdien som formes i denne historien kan man trekke ut til å være knyttet til farens harde jobb for å gi sin sønn de beste forutsetningene, den positive utviklingen hos gutten rapportert fra barnehagen, samt at organisasjonen sammen med faren la en «god plan». Denne verdien bygges opp ved å beskrive arbeidet organisasjonen gjorde med faren, blant annet med tanke på intensitet, og noe innhold, som at faren fikk «informasjon og gode verktøy».

Det kan virke som «den gode historien», slik den brukes på resultatsiden for Atlas Kompetanse kanskje har den samme funksjonen som tallene basert på spørreundersøkelse hadde for Trivselsleder, der det er verdt å merke seg at sistnevnte ikke har en slik historie på sin resultatside. Likevel er jo dette noe helt annet, det brukes ikke noen tall for å vise endringer eller forbedringer. Vi kan tenke oss at den gode historien som en form for resultatfremstilling vanskelig lar seg bruke til sammenligninger av resultater og organisasjoner.

Tidligere så vi at krav om å dokumentere sosial effekt var viktig for blant annet Ferd Sosiale Entreprenører i møte med de ulike organisasjonene, og basert på det jeg har sett på til nå er metoden for å dokumentere en blanding av kvalitative og kvantitative mål. Tallteknologier eller numeriske fremstillinger brukes for å vise både kvantitativ og kvalitativ verdi. Og som vi har sett her er det også tydelig at ikke-numeriske verktøy brukes, som «Den gode historien». Dette vil jeg videre knytte til definisjonen på kalkulasjon eller utregning fra Callon og

Muniesa jeg viste til kapittelet om teori og metode, der de brukte en veldig bred definisjon for at de skulle kunne analysere uten å skille mellom kalkulasjon og bedømming/dømmekraft (Callon og Muniesa 2005:1231). Doganove og Eyquem-Renault trakk jo også på denne definisjonen, for at de også skulle kunne trekke inn kvalitativ dømmekraft og historiefortelling i analysen av verdsetting i forretningsmodeller (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1562). I analysen trakk de også på hvordan brukernes erfaringer i form av sitater ble brukt for å 'stabilisere' det kalkulerte (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1564). Også kvalitative og kvantitative spørreundersøkelser ble brukt med samme formål, og de ulike verdsettingsverktøyene utgjorde et slags samlet narrativ (Doganova og Eyquem-Renault 2009:1564). Dette mener jeg er et fruktbart perspektiv å trekke på også her. Nå sist så vi hvordan historier ble brukt for å bygge opp de numeriske resultatene. Og i eksemplene ovenfor så vi at tallene viste både kvalitative og kvantitative aspekter ved verdien, der det på resultatsiden for Trivselsleder ble brukt talldata fra spørreundersøkelser. Med andre ord stemmer dette godt overens med den verdsettingen som Doganova og Eyquem-Renault analyserte. Dette begrunner jeg blant annet med at det også her er brukt kalkulasjoner fra ulike punkter på det Callon og Muniesa beskriver som et spektrum mellom de kvalitative bedømmingene og kvantitative kalkuleringene som deres definisjon tillater å tilnærme seg utregning/kalkulasjon som (Callon og Muniesa 2005:1232). Jeg skal nå se videre på et eksempel på verdsetting som knytter seg mer til de matematiske og økonomiske utregninger, nemlig den samfunnsøkonomiske verdien som presenteres på resultatsiden for bedriften Unicus.

#### 4.4.4 Unicus: samfunnsøkonomisk verdi

Unicus er som jeg allerede har vært innom, en IT-bedrift som ansetter personer med Asperger syndrom som sine konsulenter (Ferd Sosiale Entreprenører 2018s). Det jeg vil trekke frem her er som sagt hvordan de bruker en samfunnsøkonomisk verdi på sin resultatside, som en måte å fremme sosial verdi. De har ellers flere av de andre metodene for måling og fremstilling av verdi som eksemplene jeg har sett på ovenfor. Første tallet man møter er 47, som er antall mennesker med Asperger som har gått «fra utenforskap til ansettelse», der målforklaringen utdyper at dette er samlede tall for deres arbeid både i Norge og Sverige, og at det inkluderer personer som har vært ansatt i 2018 og gått videre til andre arbeidsgivere (Ferd Sosiale Entreprenører 2018s). Det neste tallet viser et gjennomsnitt fra deres arbeid i Norge og Sverige, 93 % av konsulentene deres har utført arbeid som har blitt fakturert til kunder (Ferd

Sosiale Entreprenører 2018s). Deretter presenterer de at i Norge og Sverige mottok og behandlet de 235 CV-er og at dette viser behovet for arbeidsplasser for personer med Asperger (Ferd Sosiale Entreprenører 2018s). Det siste tallet som vises til før nærmere beskrivelse av bedriften og den samfunnsøkonomiske verdien presenteres, er et tall for økt livskvalitet. Basert på spørreundersøkelser blant sine ansatte i Norge og Sverige, har de på en skala fra 1 til 5 fått gjennomsnittresultatet 3,9 på om deres ansatte opplevde en økt livskvalitet etter å ha begynt i jobb hos Unicus (Ferd Sosiale Entreprenører 2018s).

Allerede nå ser vi at måten den sosiale verdien av Unicus sitt arbeid måles og presenteres ved hjelp av en rekke ulike verdsettingspraksiser, som går på en blanding av kvalitative og kvantitative tallteknologier som brukes for å stabilisere eller bygge opp hverandre og øke troverdigheten og betydningen. Det faktum at også «Den gode historien» brukes her, viser at denne bedriften kan sees som et godt eksempel på de fleste praksisene jeg har sett på. Jeg skal imidlertid ikke gå nærmere inn på denne historien, ettersom jeg allerede har sett på et eksempel for dette. Jeg vil heller gå videre til den samfunnsøkonomiske verdien, ettersom dette er den eneste av bedriftene representert på resultatsiden for Ferd Sosiale Entreprenører 2018 som trekker eksplisitt på nettopp dette. Sitatet under viser hvordan de trekker frem dette.

«Selskapet har utviklet en modell for å beregne den samfunnsøkonomiske lønnsomheten ved sin virksomhet ved å bringe mennesker fra utenforskap inn i arbeidslivet. Verdien var i 2018 estimert til 13,3 millioner kroner og er summen av hva de ansatte betaler i skatt, besparelse på trygdeavgifter, og hva selskapet betaler av arbeidsgiveravgift og selskapsskatt.» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018s).

Som vi ser presenteres den sosiale verdien av arbeidet til Unicus i en økonomisk drakt som statens besparelser (trygdeavgifter) og inntekter (skatter og avgifter). Kan dette da forstås som en økonomisering av sosial verdi, slik Muniesa, Millo og Callon definerer økonomisering? Tidligere i oppgaven så vi at de definerte økonomisering som en prosess som leder til at noe blir 'økonomisk', og at økonomiske språk, verktøy, metoder, teorier og modeller involvert i handlingene var et tegn på at noe var blitt økonomisk eller at en økonomiseringsprosess skjedde (Muniesa, Millo og Callon 2007:3-4). I eksemplet jeg har sett på med Unicus, ser vi tydelig hvordan sosial verdi knyttes til besparelser og inntekter for staten, uttrykket i kroneverdi. Med andre ord uttrykkes deler av den sosiale verdien gjennom økonomisk verdi. Jeg understreker *deler av* på grunn av at dette gjøres i tillegg den sosiale verdien også uttrykkes gjennom andre numeriske og ikke-numeriske målinger, som vist ovenfor. Imidlertid knytter jo måletallet som viser prosentandel av konsulenter som har utført arbeid som ble



fakturert kunder også seg til det økonomiske, om enn ikke like direkte som i den samfunnsøkonomiske verdien som ble presentert i en faktisk økonomisk sum i kroner. Likevel er det jo ikke den samme verdien som jeg viste de målte innledningsvis som er oversatt til økonomisk bevis, i det minste ikke alt av den. Som jeg allerede har sagt var dette den eneste bedriften som direkte viste verdi ved hjelp av denne typen samfunnsøkonomisk verdi uttrykket i kroner, men det neste eksemplet jeg skal se på gjelder for samtlige av bedriftene representert på resultatsidene for Ferd Sosiale Entreprenører 2018, nemlig FNs bærekraftsmål.

#### 4.4.5 FNs bærekraftsmål – en fellesnevner

Tidligere i denne oppgaven var jeg kort innom alle bedriftene som er representert på resultatsiden for Ferd Sosiale Entreprenører. Felles for de alle er at resultatene presenteres gjennom fire hovedtall, som jeg så på i eksemplene ovenfor. Ellers støttes disse opp ved hjelp av ulike andre verktøy som vi har sett, som for en del av bedriftene med «Den gode historien». Jeg skal nå se på et annet element som brukes for å vise sosial verdi på samtlige av bedriftene sine sider for resultat. Alle bedriftene har nemlig alle en seksjon nederst på sine resultatsider der det vises til FNs Bærekraftsmål. De faktiske bærekraftsmålene varierer noe, men samtlige har et eller flere mål som de ifølge den forklarende teksten på siden «bidrar til». Det gis imidlertid ingen spesifikk forklaring for hvordan de forholder seg til eller arbeider for å oppnå disse. Dette må man eventuelt skjønne utfra beskrivelsen av bedriftenes arbeid i kombinasjon med disse målene. For bedriftene i porteføljen som vi har sett på er ikke dette noe unntak. For eksempel Atlas Kompetanse har merkene for bærekraftsmål nummer 4 «quality education» og 10 «reduced inequalities» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018a), og Trivselsleder sies å bidra til bærekraftsmål nummer 3 «good health and well-being», nummer 4 «quality education» og 10 «reduced inequalities» (Ferd Sosiale Entreprenører 2018q). Disse to bedriftene som beskrives som ganske ulike, blant annet med type verdi de skaper (dyp versus bred effekt), har to av disse målene felles. Som med «den gode historien» brukes det å bidra til ett eller flere av FNs bærekraftsmål for å vise verdi. Når de settes sammen med blant annet tallteknologiene viser de hvilken verdi det er disse tallene måler, eller hva det er som gjøres for menneskene som påvirkes. De viser noe av den sosiale verdien. Det sier noe om hvordan disse menneskene påvirkes, samtidig som det er naturlig å tenke at disse målene fra FN er mål som bedriftene har tatt til seg. Det er verdt å tenke over om bruken av disse målene former den sosiale verdien og sosialt entreprenørskap hos Ferd. Jeg mener det er interessant å se på hvordan dette former verdien. Eller rettere sagt, først vil jeg trekke på

hvordan det former resultatsidene som dokument. Da jeg tidligere i oppgaven så på dokumentanalyse som metode, var jeg innom hvordan Hull var opptatt av hvordan den materielle formen påvirket hvordan teksten ble lest, blant annet hvor viktig det som sto der ble oppfattet (Hull 2012:14). Ettersom hele den nederste delen av resultatsiden for alle bedriftene brukes for å vise FNs bærekraftsmål og hvilke(t) den aktuelle bedriften bidrar til, former også det hvordan resten leses. FN som en kjent aktør med tyngde, og bærekraftsmålene som også er nokså kjente skaper en autoritet og 'seriøsitet' til teksten. Man kan si at resten av teksten drar til seg noe av autoriteten og statusen til FNs bærekraftsmål.

At FNs bærekraftsmål er en fellesnevner for alle de sosiale entreprenørene på resultatsiden, har også en definerende funksjon, i det minste i praksis. Det tilsier nemlig at for å i praksis være en sosial entreprenør som Ferd investerer i må man bidra til minst et av bærekraftsmålene. Dette er imidlertid ikke noe som er uttalt noe sted, men det viser seg at det i praksis er tilfelle. Likevel består disse målene av 17 ulike mål knyttet til klima og miljø, økonomi og sosiale forhold, som ifølge FN er «verdens felles arbeidsplan for å utrydde fattigdom, bekjempe ulikhet og stoppe klimaendringene innen 2030» (FN 2020). Derfor er det på den ene siden ikke så begrensende med tanke på at det kan være svært variert hva som kan sies å bidra til dette, samtidig setter det noen grenser, og at det styrer fokuset noe med de mer spesifikke delmålene. Det er også interessant hvordan klimaendringene kommer inn i bildet her, ikke først og fremst i FNs bærekraftsmål, men med tanke på sosiale entreprenører. Jeg skal derfor se litt mer på tematikken knyttet til miljø, hvordan Ferd forholder seg til det i sitt arbeid med sosiale entreprenører, og hva det eventuelt gjør med hva som er sosial verdi for dem.

FNs bærekraftsmål er altså viktige for Ferd Sosiale Entreprenører, spesielt når de presenterer bedriftene og deres resultater på rapportnettsiden. Det at disse bærekraftsmålene også gjelder for klima og miljø, stiller noen interessante spørsmål for hva sosialt entreprenørskap og sosial verdi er. Selv om Ferd ikke påtar seg noen definisjonsmakt for hva sosialt entreprenørskap er, kan likevel deres praksiser være performative, som særlig verdsettingslitteraturen jeg har trukket på i oppgaven viste, som hvordan verdsettingspraksiser kan ha en performativ funksjon (som Fourcade 2011, Kullenberg og Nelhans 2017 og Asdal 2015a). Jeg vil derfor undersøke nærmere hvilke konkrete bærekraftsmål som er til stede hos bedriftene som presenteres på resultatsiden. Dette gjør jeg for å se om dette skaper noen grenser for hva sosialt entreprenørskap og sosial verdi er for Ferd, i praksis.

<b>Bærekraftsmål</b>	<b>Bedrifter som bidrar til mål</b>	<b>Antall bedrifter</b>
1 NO POVERTY	Gatemagasinet Asfalt, Medarbeiderne, Seema	3
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	Barnas Plattform, Forandringsfabrikken, Gammel Nok, Gatemagasinet Asfalt, Generasjon M, Intempo, lyk-z, Motitech, No Isolation, Seema, Trivselsleder, Unicus	12
4 QUALITY EDUCATION	Atlas Kompetanse, Forskerfabrikken, Intempo, Lærervikaren, No Isolation, Trivselsleder, Ungt Entreprenørskap	7
5 GENDER EQUALITY	Seema	1
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	Gammel Nok, Gatemagasinet Asfalt, Generasjon M, Medarbeiderne, Ungt Entreprenørskap, Unicus	6
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	Ungt Entreprenørskap	1
10 REDUCED INEQUALITIES	Atlas Kompetanse, Forandringsfabrikken, Forskerfabrikken, Gatemagasinet Asfalt, Generasjon M, Intempo, lyk-z, Medarbeiderne, No Isolation, Seema, Trivselsleder, Unicus	12
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	Gammel Nok, Medarbeiderne, Motitech	3
16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	Forandringsfabrikken	1
2 ZERO HUNGER, 6 CLEAN WATER AND SANITATION, 7 AFFORDABLE CLEAN ENERGY, 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION, 13 CLIMATE ACTION, 14 LIFE BELOW WATER 15 LIFE ON LAND, 17 PARTNERSHIP FOR THE GOALS		0

(Ferd Sosiale Entreprenører 2018a, 2018b, 2018c, 2018d, 2018e, 2018f, 2018g, 2018i, 2018j, 2018k, 2018l, 2018m, 2018n, 2018p, 2018q, 2018r, 2018s).

Over ser du en tabell som viser de bærekraftsmålene som oppgis på resultatsidene for bedriftene, hvilke bedrifter som bidrar til de ulike og ikke minst hvor mange av dem som bidrar til hvert av målene. Som tabellen viser er det særlig god helse (nummer 3) og mindre ulikhet (nummer 10) som dominerer de 17 bedriftene som oppgis i resultatrapporten, med tolv bedrifter med bidrag på begge disse målene. Også god utdanning (nummer 4) og anstendig arbeid og økonomisk vekst (nummer 8) har flere bedrifter med henholdsvis syv og seks bedrifter som oppgis å bidra til disse. Også utrydde fattigdom (nummer 1) og bærekraftige byer og samfunn (nummer 11) har tre hver, og likestilling mellom kjønnene (nummer 5) og fred og rettferdighet (nummer 17) har en bedrift som bidrar til disse målene. Det bør også merkes at flere av bedriftene oppgir flere av bærekraftsmålene, noe man kan se ved å se nærmere på raden som viser hvilke bedrifter som bidrar til de ulike målene. Resten av målene,

utrydde sult (nummer 2), rent vann og gode sanitærforhold (nummer 6), ren energi for alle (nummer 7), ansvarlig forbruk og produksjon (nummer 12), stoppe klimaendringene (nummer 13), liv under vann (nummer 14), liv på land (nummer 15) og samarbeid for å nå målene (nummer 17), har ingen bedrifter i denne resultatfremstillingen hvor det oppgis at de bidrar for å nå disse målene.

Ut fra dette kan jeg trekke at Ferd Sosiale Entreprenører knytter sosial verdi til det å bidra med tanke på FN's bærekraftsmål. Men det er en tydelig skjevfordeling på de ulike målene. Det kan tyde på flere ting. Først at det ikke er disse målene alene som avgjør om noe er sosialt entreprenørskap, og om det er et sosialt entreprenørskap som Ferd ønsker å investere i med tanke på den sosiale verdien de får tilbake. I tillegg kan det virke som de prioriterer enkelte av målene, eller i det minste at sosialt entreprenørskapsformen, slik Ferd ønsker at den skal være (enten bevisst eller ikke bevisst, men slik den i praksis er med tanke på hvilke bedrifter de satser på), så passer det bedre til enkelte av bedriftene. Det kan naturligvis også være andre grunner til dette. En kan være at deres satsing på sosialt entreprenørskap primært skjer i en norsk kontekst og det er derfor enkelte av disse globale målene som er mer relevante nettopp i en slik kontekst. For eksempel kan grunnen for at målet for rent vann og gode sanitærforhold ikke er representert være at de opererer i Norge, hvor dette ikke er et stort problem. Selv om det igjen ikke er noen selvfølge at man ikke kan jobbe for å oppnå dette, også i eller fra Norge. Det kan likevel virke som også problemene eller utfordringene som bedriften tar tak i gjerne holder seg i Norge, hvor det heller vil være aktuelt å skalere til andre land, slik som med for eksempel Unicus som også driver i Sverige (Ferd Sosiale Entreprenører 2018s).

Vi ser også at liv på land, og i vann i tillegg til å stoppe klimaendringene er mål som ikke berøres av noen av bedriftene, heller ikke målene knyttet til ren energi eller ansvarlig forbruk og produksjon. Disse kan sies å primært være de som tydeligst har med klima og miljø og gjøre, og derfor kan man se at den sosiale verdien som Ferd Sosiale Entreprenører ikke knytter seg særlig til klima og miljø. Dette er ikke for å si at ikke de forholder seg til dette, men ut fra hvilke mål som brukes for å bygge opp under den sosiale verdien, der størsteparten har med ulikhet og utdanning og gjøre, selv om det også er noen andre mål som brukes i verdsettingen. Det er likevel en nokså tydelig skjevhet, nok til å anta at dette ikke er noe som har blitt prioritert i investeringene som har ledet fram til resultatrapport for 2018. Det bør imidlertid nevnes at det kan være årsaker til dette som står utenfor Ferd's makt, som tilgjengeligheten i utvalget av bedrifter de hadde å velge i. Det kan også være knyttet til det tydelige målet om dobbel bunnlinje og målsetningene om bærekraftig forretningsmodell som

på sikt kan gi økonomisk avkastning. Dobbel bunnlinje er også det neste temaet jeg skal undersøke. Jeg skal nå gå tilbake til bedriften Unicus, som jeg var innom i forbindelse med samfunnsøkonomisk verdi, ettersom de også er sentrale i en del av materialet som jeg skal undersøke for å få frem bedre hvordan dette med dobbel bunnlinje brukes

#### 4.5 Unicus: «10 år med dobbel bunnlinje»

For Ferd Sosiale Entreprenører er dobbel bunnlinje noe som stadig nevnes som et mål for de sosiale entreprenørene de investerer i. For eksempel i en sak på Ferd sine nettsider om 10-årsjubileumet for det norske IT-selskapet Unicus, som vi allerede har vært inne på tidligere i oppgaven. Fokuset for artikkelen er at Unicus har levert på en såkalt dobbel bunnlinje i disse ti årene, som Espen Daae fra Ferd Sosiale Entreprenører uttrykker det i saken:

«Unicus kombinerer god finansiell avkastning med sterke og målbare sosiale resultater. Denne kombinasjonen kalles ofte dobbel bunnlinje. Det er viktig for oss at selskapet ikke bare måler sosiale resultater, men også jobber med å styre etter dem.»  
(Ferd u.å.-a).

Altså er dette et selskap som ikke bare er økonomisk bærekraftig, men «leverer finansiell avkastning». Dette krever imidlertid at sosiale resultater dokumenteres, som vi så da jeg undersøkte forskerfabrikken og skillet mellom kommersiell og ideell. Her understrekes det at Unicus leverer også sosiale resultater, og at det er både «sterke» og «målbare». Beskrivelsen over legger altså vekt på finansiell avkastning heller enn å bare å være økonomisk bærekraftig eller å også skape økonomisk verdi, som vi har sett tidligere. Den doble bunnlinjen passer godt for å trekke på Chiapello, som skrev om hvordan finansialisering av sosiale bedrifter, og at dette førte til at man gikk fra ideen om gaver og donasjoner til å forstå det som investeringer med forventning om avkastning (Chiapello 2015:25). Den doble bunnlinjen stiller som vi ser i sitatet ovenfor krav om avkastning av både sosial og finansiell art. Det kan da, som Chiapello skrev, leses som en finansialisering av sosiale bedrifter. Men det er også vurdere om det ikke også leses andre veien, som jeg har vært inne på tidligere. At det som tidligere var utelukkende kommersielt og bare hadde en enkel økonomisk bunnlinje, dras i retning mot å få en dobbel bunnlinje, der man også har sosiale resultater. Dette har jeg for så vidt allerede vært noe innom allerede, så det mest interessante med dette sitatet er kanskje likevel at målingen av de sosiale resultatene knyttes til styring. Det drar oss nemlig videre i oppgaven til å se på Ferd hvordan mener bedrifter med dobbel bunnlinje skal styres.

#### 4.5.1 Hvordan styres en bedrift med dobbel bunnlinje?

På resultatsiden for Ferd Sosiale Entreprenører 2018 er det nemlig også en egen side man kan klikke seg til kalt «Impact management». Her forklarer de at feltet sosialt entreprenørskap er i utvikling og at man ikke lenger måler «impact», men nå også bruker disse målingene for styring, og dette er det som kalles impact management (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h). Det handler om å måle på en måte som gjør det mulig å styre og optimalisere bedriften til å maksimere sin positive effekt på den mest kostnadseffektive måten (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h).

Et interessant aspekt ved denne delen av resultatsidene er at i Chiapellos artikkel om finansialisering trekker hun frem måling av impact og viser til et eksempel:

«Measuring impact (under a method similar to SROI) is promoted by the European Venture Philanthropy Association (EVPA) which considers that venture philanthropy covers both grant making and social investment at once.» (Chiapello 2015:26).

Som vi ser i sitatet over trekkes European Venture Philanthropy Association (EVPA) frem som en organisasjon som fremmer en metode for måling av såkalt «impact». På siden om impact management redegjør først Ferd for metoden før de lenker til nettopp EVPA sine nettsider om impact management for å lese videre. Det er altså en helt tydelig kobling mellom eksemplene som Chiapello bruker for å vise finansialisering av sosiale organisasjoners aktiviteter og metoden som benyttes av Ferd for å styre sosiale entreprenører. Det tyder igjen på et materialet jeg undersøker i denne analysen viser finansialisering, som også har sett tidligere eksempler på.

Som sagt skal denne metoden (impact management) brukes for å styre på bakgrunn av det man finner i de målingene av de sosiale resultatene. Ferd Sosiale Entreprenører bruker dette rammeverket for å styre de sosiale entreprenørene de har i sin portefølje og forklarer at det kan oppsummeres i de fire stegene:

1. Planlegge
2. Gjøre
3. Analysere, forstå og rapportere
4. Lære og forbedre (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h).

Dette kan også ses i lys av et viktig poeng fra Kullenberg og Nelhans, som undersøkte hvordan velferd ble forsøkt målt og hvordan praksiser for måling av velferd ble utviklet og

etablert. De beskriver verdimålingene som metrologiske, der samlinger av subjektiviteter knyttes sammen for å bedre kunne sammenligne de og bruke målingene til spekulasjon (Kullenberg & Nelhans 2017:11). Målingene sier dermed også noe om hva som burde måles (Kullenberg & Nelhans 2017:11). I impact management ser vi at målingene forstås og rapporteres, med andre ord knyttes de sammen. Dermed kan også målingene her sies å være metrologiske. Målingene av de sosiale resultatene brukes altså for styre de sosiale bedriftene. Og videre at dette sier noe om hva som burde måles i fremtiden, ettersom det man finner ut i målingene også si noe om hva man må måle for å styre.

Tilbake til Ferd Sosiale Entreprenørers forklaring av impact management, trekker de frem at noe som er viktig ved denne måten å tenke på er også å måle for å minimere den negative påvirkningen man har, som kan være folk som ikke lykkes i programmet og da får lavere selvfølelse eller lignende (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h). Gjennom for eksempel å måle på en måte som viser hva som skiller de som lykkes fra de som ikke lykkes, kan man spisse programmet slik at det passer bedre (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h). Andre viktige elementer for denne typen styring er å ansette riktige folk, som har mulighet til å lykkes, involvere brukergruppen, og å sørge for å drive så kostnadseffektivt som mulig, som ikke handler om å tjene mest mulig, men om å få mest mulig positiv påvirkning ut av de ressursene som brukes (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h). Et siste punkt er dette med valg av sosiale indikatorer, altså indikatorer for å måle de sosiale resultatene, noe som det ikke finnes noen standardisert enighet om, verken i det norske feltet eller på verdensbasis, men Ferd Sosiale Entreprenører mener dette vil komme etter hvert som feltet vokser og metodene utvikles (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h). De fortsetter og forklarer at de sosiale entreprenørene som de har investert i finner indikatorer som best viser om de skaper den endringen de ønsker (Ferd Sosiale Entreprenører 2018h). Man kan dermed anta at det som menes med indikatorer er de som brukes i de ulike eksemplene på verdsettingspraksiser vi har sett på i denne oppgaven i forbindelse med de ulike sosiale entreprenørenes resultatsider.

Ut fra dette kan man altså lese at man også må måle den negative sosiale verdien. At dette beskrives som nødvendig viser jo også at det er en reell fare for at sosiale entreprenører skaper negativ sosial verdi. Måling skal også gjøres på en måte som gjør at man kan maksimere den positive sosial verdien og minimere den negative verdien. Videre skal målingen også gjøres på en måte som viser hvordan dette kan gjøres mest mulig kostnadseffektivt. som blant annet gjelder å spisse den slik at den rettes mot de som har mest effekt av den, og mindre mot de som har lav effekt eller som har negativ effekt. De viser også

et eksempel på hva den negative sosiale verdien kan være, som hvis en person de har arbeidet med fikk lavere selvfølelse for ikke å ha lyktes i et program med mål om å få folk ut i jobb (Ferd sosiale Entreprenører 2018h). Med andre ord skal det gjøres så kostnadseffektivt som mulig med tanke på effekten (verdien) man får ut sammenlignet med kostnadene. Det er altså ikke så vanskelig å se hvordan Chiapello knytter dette an til finansialisering, der man brukte modeller og måter å tenke på fra finansverdenen og derfor beveget seg fra støtte og donasjoner til investeringer med en form for sosial avkastning per investerte krone. Dette med kostnadseffektivitet sammen med negativ og sosial verdi skaper imidlertid en problemstilling som ikke tas opp i Ferd's beskrivelse av impact management. For hva hvis man utfra målingene i et tenkt eksempel finner at det er mest kostnadseffektivt å godta en del negativ sosial verdi fordi man da oppnår enda mer av den positive sosiale verdien? Dette er imidlertid bare et tenkt eksempel og jeg skal derfor ikke dvele mer ved det, men det viser noe av det som er uavklart i materialet.

Ferd's forklaring av impact management viser også hvordan dette er et felt preget av uavklarheter og spenninger. Uavklarheter blant annet knyttet til at det ikke finnes noen fullstendige standarder, som for eksempel indikatorer for måling av de sosiale resultatene. Spenninger, som vi har sett flere steder, men også her, mellom det økonomiske og sosiale, og spesielt for det jeg har sett på nå mellom negativ og positiv sosial verdi. Om vi går tilbake til videoen med direktør for Ferd Sosiale Entreprenører Katinka Greve Leiner, så vi også at de to måleenhetene de hadde for sosial verdi, bred effekt og dyp effekt blant annet var knyttet til ulike typer å jobbe på. Var det da knyttet til impact management? At de ulike målingene viste førte til ulike måter å styre på og da igjen ulike måter å måle på? Avslutningsvis for dette med impact management er det også et tydelig eksempel på hvorfor også konsekvensene av verdsettingen, eller av verdien som kommer ut av verdsettingen også er relevante å undersøke i en analyse, slik som Fourcade også argumenterte for og som hun undersøkte i sin analyse (Fourcade 2011:1728).

#### 4.6 Intempo og Bravo-leken: evalueringsrapport, som bestilt!

Vi så tidligere hvordan tallteknologier, brukerhistorier («Den gode historien»), samfunnsøkonomisk verdi, og FNs bærekraftsmål ble brukt i verdsettingen og fremstillingen av de sosiale resultatene for de sosiale entreprenørene Ferd har investert i. For et av selskapene, nemlig Intempo, strakk Ferd seg enda lenger for å dokumentere den sosiale



verdien av deres språklek, *Bravo-leken*. Ferd Sosiale Entreprenører bestilte nemlig en evalueringsrapportene fra Vista Analyse for denne språkleken som Intempo har utviklet for bruk i barnehager. Denne rapporten ble grunnlag for en kontrovers innen fagmiljøet, da særlig fra forskningsmiljøet ved Institutt for barnehagelærerutdanning ved OsloMet, og MultiLing – Senter for flerspråklighet ved UiO som gikk hard ut mot evalueringsrapporten i en kronikk på Barnehage.no (Garmann, Simonsen, Hansen og Romøren 2019) og i et kortinnlegg (kort debattinnlegg) på Aftenposten (Garmann, Simonsen, Holm, Sandvik, Hansen, Romøren og Tkachenko 2019). Kritikken kom som en respons på at styreleder i Ferd Sosiale Entreprenører og eier av Ferd (Andresen med familie), gikk ut i Aftenposten med en anbefaling om at norske kommuner på bakgrunn av Vista Analysers rapport hadde millioner å spare for ved å innføre Bravo-leken i sine barnehager (Andresen 2019). Kritikken mot Andresens utsagn og Vista Analysers rapport, gikk i første omgang ut på at rapporten var for tynn, blant annet fordi den ifølge forskere, var ukritisk positiv og metodisk svak (Garmann, Simonsen, Holm, Sandvik, Hansen, Romøren og Tkachenko 2019). Videre besto kritikken av å hevde at forskningen det henvises til beskrives på en mangelfull måte, hjerneforskningen som brukt er for generell, og utvalget i spørreundersøkelsen er for lite og skjevt (Garmann, Simonsen, Holm, Sandvik, Hansen, Romøren og Tkachenko 2019). Samtidig betviler ikke forfatterne at Bravo kan ha en effekt, men de mente rapporten er for tynn til å si det, og konklusjonen om at den er å foretrekke fremfor andre tiltak kan ikke trekkes (Garmann, Simonsen, Holm, Sandvik, Hansen, Romøren og Tkachenko 2019). I den andre kronikken som ble publisert på Barnehage.no, gikk de imidlertid mer til angrep på hva selve leken går ut på og hvorvidt det finnes faglig begrunnelse for det, noe de argumenterer for at de ikke gjør for flere av elementene i språkleken (Garmann, Simonsen, Hansen og Romøren 2019).

Andresen oversetter med andre ord i sitt innlegg målingen av de sosiale resultatene til økonomisk verdi i form av besparelser for kommunene. Rapporten, ettersom den brukes for å vise den sosiale verdien skapt av selskapet og deres lek sammen med muligheter for større sosial verdi, brukes for å uttrykke en økonomisk verdi i form av økonomisk besparing for kommunene. Dette møtes som vi ser, med kritikk. Det belyser også et element som møter sosiale entreprenører, nemlig hvilke krav som settes til dokumentasjonen. Det er naturligvis forskjell på målinger av sosial verdi gjort av en bedrift selv og en rapport bestilt fra et analyseselskap, men funksjonen kan likevel være noe av det samme. Nemlig, å 'bevise' en sosial verdi. Også hvordan målinger brukes vil nok også påvirke hvordan det mottas. Her ser vi for eksempel at rapporten knyttes til økonomisk besparing som en måte å uttrykke den

sosiale verdien, altså blir den sosiale verdien økonomisert. Kritikken gikk på sin side ikke mot det økonomiske, men rettet mot 'effekten'. Altså er måtene de forholder seg til sosial verdi på ulike, og man kan spørre seg om de er sammenlignbare. Nå burde det jo understrekes at kritikken nok går på effekten som brukes for å begrunne uttrykkningen av (eller oversettelsen til) økonomisk verdi. At det økonomiske uttrykket for sosial verdi brukt av Andresen møtes med kritikk, kan også leses i lys av Fourcade. Da hun undersøkte de hvordan skader på naturen fikk økonomisk prislapp, påpekte hun at de økonomiske teknologiene og modellene også er avhengige av støtte blant annet i de kulturelle forventningene (Fourcade 2011:1724-1725). Det kan dermed også være kulturelle grunner som gjør at denne uttalelsen ikke faller i god jord. Nå går jo imidlertid mye av kritikken han måter på selve rapporten, og selv om den ikke kan kalles en økonomisk teknologi ser vi at denne ikke når opp til de forventningene i miljøet han mottar kritikk fra.

Kritikken fikk imidlertid også svar i en mot-kronikk fra Heidi Aabrekk, som er grunder og daglig leder i Intempo, selskapet bak Bravo-leken, der hun mener kritikerne avskriver de faktiske erfaringene gjort i barnehagene, at den erfaringsbaserte kunnskapen de sitter på stemples som verdiløse av forskningsmiljøet (Aabrekk 2019). Hun understreker også at verken Intempo AS og Vista Analyse har påstått at rapporten var akademisk forskning, men heller en evaluering av et praksisnært forsøk (Aabrekk 2019). Her ser vi at forsvaret knytter seg til å forme hva rapporten er, altså at kritikken de får ikke samsvarer med sjangeren rapporten er, altså at det ikke er akademisk forskning. Utfra det kan vi se at i det minste en god del av debatten igjen knytter seg til selve rapporten, heller enn innholdet, selv om det også nevnes, men mest med tanke på hva slags forventninger som ligger til rapporten. Der legges det vekt på et det er 'erfaringsbasert kunnskap' og på å distansere seg fra akademisk forskning ved også å svekke miljøet de kritiseres av ved å pålegge de en mangel på anerkjennelse for den type kunnskap. Hvilke krav som stilles til dokumentering av sosial verdi skapt av et sosialt entreprenørskap, virker å være uavklart og ikke minst ulikt hos de forskjellige aktørene som deltar i kontroversen. Et aspekt ved kontroversen, og dette uavklarte, knytter seg kanskje til at det er nettopp et sosialt entreprenørskap som står bak. For som vi har vært inne på skaper denne hybridformen en usikkerhet ettersom det har en fot i det kommersielle og en fot i det sosiale nærmere det ideelle.

Debatten går som vist i stor grad på selve rapporten der de ulike partene forsøker gjennom sine uttalelser å forme hva rapporten er, eller hvilken type kunnskap den gir uttrykk for. Rapporten og dens måling av effekt som sosial verdi, blir brukt av Andresen, som igjen

former eller oversetter denne effekten til økonomisk verdi i form av penger spart for kommunene. Den videre debatten går på selve målingen, forskningsfremstilling og rett og slett hva rapporten er. Målinger innen sosiale entreprenørskap virker å ikke ha noen fastsatt standardisering, selv om Ferd synes å forsøksvis ha laget et system for måling og effekt fremstilling som uttrykk for sosial verdi. Kontroversen om rapporten viser imidlertid at når de beveger seg utenfor dette og bestiller en evalueringsrapport fra et analyseselskap, møtes det av en motstand som tyder på uenighet rundt hvilke krav som skal stilles til dokumentering av slik verdi. Motstanden virker imidlertid særlig å komme når den sosiale effekten oversettes til økonomisk verdi. Innad i bedriftene kan vi også tenke oss at det ligger en vurdering knyttet til at målingen må være god nok, men samtidig ikke kreve for mye ressurser. Dersom det brukes til å ta avgjørelser i egen bedrift er det jo imidlertid ingen andre enn bedriften selv, eventuelle investorer, og kanskje brukerne som har noe de skulle ha sagt om det. Men dersom det foreligger anbefalinger, eller det er snakk om at det offentlige skal kjøpe tjenester, noe som da i praksis påvirker hele Norge og alle dets skattebetalere, er kanskje kravene noe annet, slik som vi så i kontroversen rundt rapporten og hvordan dens resultater ble brukt.

#### 4.7 Oppsummering del 1: Ferd Sosiale Entreprenører og Schumpeter

Jeg har nå vært innom en rekke eksempler på sosialt entreprenørskap for å se på særlig verdsetting knyttet til sosial verdi. Jeg skal nå trekke videre på det jeg har sett på og funnet ut, i lys av Schumpeters teori som jeg introduserte i kapittel 3. Dette gjør jeg for å undersøke hvilke linjer som kan trekkes fra en av de viktige tidlige teoretikerne (Schumpeter) om entreprenørskap og den utgaven av entreprenørskap som presenteres i materialet fra Ferd Sosiale Entreprenører. I kapittel 3 så jeg på hvordan Schumpeter forsto økonomien som sirkulære strømninger der endringene som skjer er små og baserer seg på erfaringer fra tidligere år (Schumpeter 1934:6-8). Videre at entreprenørene skaper de større endringene som forandrer hele rammeverket og den økonomiske tradisjonen gjennom innovasjon, som kan forstås som nye kombinasjoner (Schumpeter 1934:61-62 og Fagerberg 2007:21). Videre at de nye kombinasjonene kunne ta form som et nytt produkt, en ny produksjonsmetode, åpning av et nytt marked, nye kilder for produksjonsmateriale eller nye måter for organisering av industrien (Schumpeter 1934:66).

Hvordan passer så eksemplene på (sosialt) entreprenørskap jeg har sett på i denne analysen inn i beskrivelsene fra Schumpeter? Da jeg så på hvordan Ferd velger ut hvilke sosiale

entreprenører de skal investere i, så vi at de måtte ha nye løsninger på en sosial utfordring (Ferd u.å.-c). Dermed er de nye kombinasjonene som Schumpeter mener er beskrivende for entreprenøren, knyttet til nye løsninger i de sosiale entreprenørene hos Ferd. Likevel er det også noe med organisasjonsformen for sosialt entreprenørskap som er i det minste delvis nytt, men dette kommer jeg nærmere tilbake til mot slutten av denne oppsummeringen. Hos Ferd måtte også de sosiale entreprenørene kunne tilby tjenester eller produkter, som kunne skape den økonomiske delen av den doble bunnlinja. Dermed kan også det som gjør at de sosiale entreprenørene passer inn i Schumpeters forståelse være at selve produktet er nytt eller at måten det produseres er nytt. I eksempler der personer utenfor arbeidslivet ble ansatt, kan også disse leses som levende produksjonsmaterialer, og gjennom å ansette disse finner entreprenørene nye kilder for produksjonsmaterialet. Et annet eksempel kan være hvordan flere av de sosiale entreprenørene baserte seg på å selge sine løsninger til det offentlige eller velferdsstaten, som også er en åpning av et (delvis) nytt marked. Så langt passer altså de sosiale entreprenørene jeg har sett på nokså godt innenfor den samme forståelsen av entreprenørskap som vi finner hos Schumpeter.

Jeg skal nå trekke på et annet poeng som Fagerberg poengterte ved Schumpeters entreprenørskaps forståelse, nemlig at skillet mellom innovasjon og oppfinnelse ligger i det kommersielle, altså at innovasjonen har et utelukkende kommersielt formål (Fagerberg 2007:21). Dette er interessant med tanke på spenningen som materialet om de sosiale entreprenørene viste. Spenningen knyttet til det kommersielle eller økonomiske og det sosiale eller ideelle, så jeg blant annet da jeg så på forskerfabrikken og deres blogginnlegg om nettopp dette temaet. Og selv om de sosiale entreprenørene ikke benekter at de også har kommersielle sider, så viser materialet jeg har sett på at de likevel aktivt forsøkte å fjerne seg delvis fra dette stempelen. Det er interessant med tanke på at det hos Schumpeter er noe utelukkende kommersielt ved entreprenøren, og dermed havner sosialt entreprenørskap litt på siden av denne forståelsen. Det kan kanskje også forklare noe av spenningen som materialet viser, at ved å nettopp trekke inne det som er utelukkende kommersielt, altså entreprenøren, inn i det ikke-kommersielle sosiale eller ideelle (eventuelt motsatt vei, eller heller dragninger til begge veier), oppstår denne spenningen som har preget materialet jeg har sett på. Som jeg viste i kapittel 4.3, opplevde også den sosiale entreprenøren Forskerfabrikken seg mistenkeliggjort på grunn av at de var nettopp et sosialt entreprenørskap, og denne mistenkeligjøringen kan nok også knyttes til dette jeg nå har vist med entreprenøren som kommersiell. Likevel, som jeg også påpekte da jeg så på Forskerfabrikkens blogginnlegg, kan

denne mistenkeliggjøringen knyttes til noe annet som Fagerberg trakk fram fra Schumpeters entreprenørskapsforståelse. Nemlig at entreprenørene gjør ting på nye måter og at noe av det som er spesielt med entreprenørene er at de møtes av en sosial motstand mot dette nye, og at det dermed krevde en spesiell evne til å håndtere denne motstanden hos entreprenøren (Fagerberg 2007:21-22).

I kapittel 3 trakk jeg også på Schumpeter sin drøfting av begrepet sosial verdi. Drøftingen kan oppsummeres med at sosial verdi kunne brukes i analyser av ikke-kommunistisk samfunn, men bare dersom man anerkjente at det var en samling av individuell verdi, og ikke at de ikke er sosiale i seg selv (Schumpeter 1909:216). Sosial verdi har altså for Schumpeter bare en analytisk funksjon, og finnes ikke i den virkelige verden, i det minste ikke i den ikke-kommunistiske delen av verden (Schumpeter 1909:232). For Ferd og de sosiale entreprenørene på sin side, finnes imidlertid sosial verdi. Som jeg har vist i analysen av materialet, er sosial verdi det som kommer ut av arbeidet som entreprenørene gjør, men som ikke er den økonomiske verdien. Det vil si materialet viser også at målingene tyder på at en finansialisering og økonomisering har skjedd for måtene den sosiale verdien måles. Og i enkelte tilfeller uttrykkes den også direkte økonomisk, da som regel knyttet til det samfunnsøkonomiske og besparelser og inntekter for velferdsstaten eller det offentlige. Likevel er det ingen standardisert måling eller fullstendig avklaring for hva sosial verdi er, men i materialet fra Ferd er en viktig del av den individuelle verdi samlet eller summert opp til et tall. Jeg kommer også noe tilbake til dette når jeg ser på det individuelle aspektet ved fremstillingen av sosial verdi hos Ferd Sosiale Entreprenører i den neste delen av oppsummeringen. Men som vi så, måles og framstilles den sosiale verdien også av en samling ulike typer verdsetting som også inkluderer historier og å knytte de opp til FN's bærekraftsmål.

Kapittelet om Schumpeter hadde imidlertid også en funksjon i seg selv som et historisk bakteppe for entreprenørskap i møtet med bruk av entreprenørskapsbegrepet i dagens samfunn, som her i møte med sosiale entreprenører og investeringsselskapet Ferd sin satsing på området. Det er avslutningsvis verdt å reflektere rundt det sosiale ved disse entreprenørene, om det framstår som et så 'nytt' eller uferdig felt at selve det sosiale kan forstås som selve entreprenørskapet ved de sosiale entreprenørene. Sagt på en annen måte, at de nye kombinasjonene som Schumpeter trekker frem som sentralt for å definere entreprenøren, for de sosiale entreprenørene er nettopp det sosiale aspektet. Nå er jo det sosiale, som det har vist i denne oppgaven, ikke nødvendigvis likt for de ulike aktørene, da de kan være spredt fra helse, utdanning og ulikheter (ref. FN's bærekraftsmål) for å nevne noen.

## 4.8 Oppsummering del 2: Sosial verdi – spenning og uavklarte standarder

I denne analysen har jeg undersøkt hvordan sosial verdi blir til gjennom å vise ulike verdsettingspraksiser i materialet om Ferd og de sosiale entreprenørene de har investert i. Noe av det første jeg så på var hva sosialt entreprenørskap er for Ferd. Der kom det frem at velferdsstaten er viktig for hvordan de forstår og fremmer forståelse av sosialt entreprenørskap. Jeg viste hvordan sosialt entreprenørskap modifiseres ved å trekke på velferdsstaten. Det var viktig for modifisering av både sosialt entreprenørskap og deres marked å trekke på velferdsstaten. Jeg viste blant annet at Ferd fremmet sosialt entreprenørskap som forlengelser eller laboratorium for velferdsstaten, hvor bedre og mer effektive løsninger kunne utvikles. Velferdsstaten formes på den måten som marked for sosiale entreprenører, samtidig som sosialt entreprenørskap formes nesten som en del av velferdsstaten. Dermed formes også problemene eller utfordringene som skal løses og dermed også løsningen, eller produktet, til å handle om noe velferdsstaten ikke klarer godt nok eller noe som havner mellom eksisterende løsninger i velferdsstaten. Alle disse modifiseringene som knytter seg rundt velferdsstaten viser en form for co-modifisering. Co-modifisering ble som vi så tidligere brukt i analyse av Asdal for å vise hvordan både marked og objekter modifiseres (Asdal 2015a:171). Modifisering av marked (velferdsstaten og det offentlige) og produkt (i form av både sosialt entreprenørskap og de sosiale entreprenørenes produkter og tjenester), og disse modifiseringene former og påvirker også hverandre.

Chiapello beskriver sosialt entreprenørskap som et resultat av en ide om å styre sosiale bedrifter som profittsøkende entreprenører basert på en antagelse at dette vil skape større sosiale resultater (Chiapello 2015:26). Dette med velferdsstaten og hvordan Ferd knytter sine sosiale entreprenører til den, er også interessant i lys av Chiapellos beskrivelse. Ettersom Ferd omtalte de sosiale entreprenørene som aktører som kunne skape mer effektive løsninger enn velferdsstaten, kan man spørre seg om også denne uttalelsen bygger på samme antagelse som den Chiapello beskrev. Altså at velferdsstaten er for lite effektiv, men om den hadde blitt drevet som en profittsøkende entreprenør, ville den vært mer effektiv, og ettersom sosiale entreprenører skal drives på denne måten kan de skape nettopp mer effektive løsninger enn det velferdsstaten kan.

Jeg har også vist hvordan sosialt entreprenørskap forstås som å ta i bruk markedet for å løse sosiale problemer, i det minste forbedre. Men hvilket marked er det i så fall som tas i bruk? Lenger opp så vi også at en del av modifiseringen av markedet knytter seg til velferdsstaten.

Er det videre snakk om en ny økonomi, en egen økonomi? Det er kanskje vanskelig å lese det som nettopp dette, ettersom i flere eksempler er snakk om å selge tjenester til det offentlige. Likevel kan man se det offentlige som et marked, og da spesielt velferdsstaten slik vi har sett den omtalt i materialet fra Ferd. Arbeidet med å modifisere markedet gikk ut på å beskrive velferdsstaten som mangelfull med behov for mer effektive løsninger og modifisering av sosiale entreprenører som en forlengelse av velferdsstaten hvor mer effektive løsninger kunne bli til. Likevel presenteres det ikke direkte som en erstatning for velferdsstaten, og kanskje ikke heller som en ny fullstendig økonomi. Det bør også understrekes at ikke alle bedriftene i materialet rettet seg mot det offentlige som marked. Noen av bedriftene selger jo også tjenester eller produkter på lik linje med en tradisjonell kommersiell aktør, men der den sosiale verdien blant annet skapes i produksjon ved å skape arbeidsplass og utnytte tidligere uutnyttede menneskelige ressurser. Som IT-bedriften Unicus, som vi så ansatte personer med asperger som satt på ferdigheter som ikke ble utnyttet siden de tidligere ikke hadde klart å stå i arbeid. Sånn sett kan mennesker utenfor arbeidslivet, altså uutnyttet menneskelig resurser, nesten passe inn i beskrivelsen av en bioøkonomi, hvor man igjen kunne sett for seg en analyse med en tilnærming til dette fenomenet som bioøkonomi. Kanskje kan man se det som en ny del av økonomien som er sosial, ved at det sosiale i form av sosial verdi eller effekt knyttes til salg av tjenester og produkter. Den sosiale verdien er kanskje ikke ny i seg selv, men formen som tjenester og produkter er av et litt nyere slag, og knytter seg til fokuset på økonomisk bærekraft for de sosiale bedriftene. Feltet som helhet kan dermed oppsummeres som bedrifter rettet mot et blandingsmarked mellom det offentlige og det private med et blandingsresultat bestående av verdi delt i det økonomiske og det sosiale.

Jeg har også vist hvordan Ferd velger ut de sosiale entreprenørene de skal investere i. Dette var knyttet til produkter eller tjenester som skulle fungere som nye løsninger på sosiale utfordringer. Produktene eller tjenestene var nødvendige for at bedriftene skulle få en dobbel bunnlinje, eller med andre ord også skape økonomisk verdi i tillegg til den sosiale. Dette skaper videre en spenning mellom å være kommersiell eller ideell, eller sagt på en annen måte mellom det økonomiske og det sosiale i den doble bunnlinjen. Det skapte en spenning innad i bedriften med tanke på hvordan måling skulle gjøres, men det skapte også en mistenkeliggjøring av bedrifter som opererer som sosiale entreprenører, som igjen knyttes til denne spenningen mellom det kommersielle og ikke-kommersielle. Med andre ord finnes det noe uavklart både knyttet til måling av verdi innad i de sosiale entreprenørene og utad knyttet til hvordan man skal forholde seg til disse aktørene.

Hvordan Ferd Sosiale entreprenører dokumenterer den sosiale verdien som skapes av de sosiale entreprenørene de har investert i har vært en sentral del av analysen. Materialet viser at flere verdsettingspraksiser er til stede i målingen av sosial verdi. Det er et omfattende arbeid der man operer med to typer verdi uttrykt i dyp og bred effekt. Disse tallteknologiene legges på samlet nivå ved siden av samlet økonomisk inntjening for hele Ferd portefølje av sosiale entreprenører, som 'beviser' den doble bunnlinjen. For den dype effekten brukes også andre tall som timer brukt eller tall som viser relevant kompetanse som antall språk som beherskes i bedriften. For bred effekt brukes mer tall for å fange omfanget med mer spesifiserte antall personer påvirket. Det er også andre måter de måler eller i det minste viser, som ved hjelp av suksesshistorier, omtalt som den gode historien. På lignende måte knyttes arbeidet i bedriftene opp mot mål, nemlig FNs bærekraftsmål som bygger opp om verdien ved å trekke på statusen for disse målene. Den doble bunnlinjen er også noe som brukes aktivt for å forme fenomenet sosialt entreprenørskap og inntrykket av fenomenet utad, kanskje særlig i møte med en motstand som de beskriver å bli møtt med, eller en skepsis som den omtales som. Likeså brukes velferdsstaten i formingen av markedet, eller åpningen av markedet, ved å påpeke svakheter eller å presentere den som presset med behov for effektivisering og nye løsninger. I teorikapittelet så vi jo også at Asdal beskriver tallteknologier som styringsteknologier som produktive, og at de kan skape kan skape tillitt og gi inntrykk av en objektivitet (Asdal 2011:75). Dette skjer også når tallteknologier brukes for å dokumentere sosial verdi av Ferd Sosiale Entreprenører. For Ferd er de også direkte styringsteknologier, ettersom målingene av sosial verdi innad i bedriftene skal brukes for å styre, i tråd med det de omtaler som impact management.

Ettersom det på resultatsiden ikke oppgis økonomisk bunnlinje for hvert av selskapene er det vanskelig å skape seg et fullstendig bilde av hvordan spenningen i målsetting om doble bunnlinjer utspiller seg. Likevel oppgir jo Ferd Sosiale Entreprenører samlede tall for dette. Men det er verdt å merke seg at de i alle fall i rapporten ikke oppgir noe regnestykke der disse stilles sammen, som man kunne tenke seg at man regnet ut en pris per menneske påvirket eller lignende. Et poeng jeg gjorde, var hvordan Ferd så på sosialt entreprenørskap og økonomisk utbytte, der det for Ferd ikke var noe problem med å utbetale dette, men det hadde en hake. Det krevde en desto bedre dokumentering av sosiale resultater, altså er det ikke bare fritt frem for det. Dette er også en av måtene Ferd skiller det som er sosialt entreprenørskap fra det rent kommersielle, ved å kreve dokumentering for den sosiale delen av bunnlinja.



Det er som sagt flere verktøy og verdsettingspraksiser som brukes for å vise frem de sosiale resultatene, som vi har sett i materialet. For eksempel knyttes det sosiale til individer på flere måter, det måles som jeg var innom i rapporten blant annet i form av antall mennesker påvirket der dette igjen ble delt opp i to ulike «styrker», den dype og den brede effekten. Også historier om individer som hadde hatt positiv effekt av arbeidet til de ulike bedriftene, ble på resultatsidene brukt for flere av bedriftene for å «få frem» den sosiale verdien, og da også på et individnivå. Samlet kan man si at det sosiale i den sosiale verdien, utgjør samlinger av individer som har blitt påvirket positivt. Måten velferdsstaten blir brukt for å forme hva sosialt entreprenørskap er har også noe å si for hvordan vi kan lese sosial verdi. Ettersom det hevdes at sosiale entreprenører kan skape bedre og mer effektive løsninger for velferdsstaten, kan dette også leses som det sosiale. Videre kan det sosiale knytter seg til mer effektive løsninger for en felles velferdsstat, også leses som at velferdsstaten skaper sosiale verdi, og at den sosiale verdien skapt av sosiale entreprenører er sosial på lik linje, om enn med andre verktøy og måter å skape den på. I debatten rundt evalueringsrapporten fra Vista Analyse, så vi også at sosial verdi ble oversatt til økonomiske besparinger for fellesskapet (kommunene).

Velferdsstaten uttales gjerne som at fellesskapet betaler for de ulike tjenestene gjennom skatt og lignende. Dermed kan dette også forklare grunnen for at så mye av materialet visste modifieringsarbeid knyttet til velferdsstaten, og at sosialt entreprenørskap kunne bidra til dette, og at det sosiale ved verdien kan knyttes til nettopp det. For Chiapello var det sentralt at finansialiseringen som resulterte i sosialt entreprenørskap legitimerer nye former for offentlig politikk og pengebruk knyttet til sosiale formål (Chiapello 2015:26). Uttalelsen jeg trakk inn helt i innledningen av oppgaven, om at regjeringen «vil bedre betingelsene for bruk av sosiale entreprenører og frivillig sektor i velferdssystemet» (Regjeringen 2019), kan leses som en åpning for nettopp dette, også i Norge. Og modifieringsarbeidet knyttet til velferdsstaten kan ses som arbeid mot en slik åpning. Samtidig kan det sosiale også uttrykke samlinger av påvirkede individer, og dette var særlig tilfelle i resultatsidene, ettersom velferdsstaten ikke var like sentral her. Man kunne imidlertid lese i beskrivelsene av enkelte av bedriftene at de var involvert med det offentlige i sitt arbeid. Likevel ble som regel ikke de tallmessige fremstillingene knyttet eksplisitt opp mot velferdsstaten, selv om det for enkelte bedrifter ble knyttet til samfunnsøkonomisk verdi og besparelser for det offentlige.

Den doble bunnlinjen ble brukt for å forklare sosialt entreprenørskap flere ganger i materialet jeg har analysert. Det er også de to sidene i den doble bunnlinjen som utgjør mye av spenningen som jeg har vist i materialet. Altså mellom det sosiale og det økonomiske, det

kommersielle og det ikke-kommersielle. Det at disse bedriftene skal produsere på en dobbel bunnlinje, påvirket som vist ovenfor hvordan målinger ble gjort og hvilke krav som stilles til målingene. Målingene skal også brukes til styring, noe som også påvirker hvordan målingene gjøres. Ferd bruker rammeverket impact management, som bygger på en finansialisert målemodell som også Chiapello har brukt som eksempel på nettopp finansialisering. Det er også noe uavklart i dette rammeverket som Ferd bruker, noe som viser at dette er et felt som ikke ennå er standardisert, men er i ferd med å bli det. Chiapello viste også da hun omtalte sosialt entreprenørskap at ideen sosialt entreprenørskap baserer seg på spredte seg til businesskoler og etter hvert også investeringsbanker og som et resultat kan man si at donasjoner og investeringer endte i en hybridtilstand (Chiapello 2015:26). Her vises det til en hybridtilstand, som jeg også har vært inne på. Imidlertid mer overordnet for hele modellen sosialt entreprenørskap, men også knyttet til investeringer og det man ønsker å få tilbake, med tanke på både den sosiale og den økonomiske avkastningen.

Det siste jeg analyserte var en evalueringsrapport for språkleken Bravo som ble utviklet av en av de sosiale entreprenørene som Ferd har investert i. Denne rapporten ble brukt i oversetting av sosial verdi til økonomisk verdi i form av besparing for norske kommuner. Den skapte også en kontrovers som viste at det er noe uavklart ved hvilke krav som stilles til måling av sosial verdi, i det minste i den sjangeren rapport, og at dette knyttes til hvordan resultatene brukes. Det er altså enda en gang hvor materialet viste uavklarheter og spenning. Alle disse spenningene og det uavklarte virker å være på grunn av at sosialt entreprenørskap ikke er rent kommersielt eller ikke-kommersielt. Altså at denne måten å drive selskaper på opererer i en slags hybridtilstand hvor man ikke er verken det ene eller det andre. Og videre at dette feltet ikke er helt ferdig satt. Altså at det fortsatt er i utvikling og blir til, som også viser seg med at flere aspekter ikke er blitt standardisert, selv om forsøk på standardisering gjøres.

## 5 Konklusjon

Med utgangspunkt i forskningsspørsmålet *Hvordan formes sosial verdi hos Ferd og de sosiale entreprenørene de investerer i?* har jeg undersøkt verdsettingspraksiser i materialet fra Ferd om deres satsning på dette forretingsområdet. Ved bruk av STS, ANT og litteratur fra verdsettingsstudier har jeg gjort en dokumentanalyse av det nevnte materialet, hvor jeg også trakk inn Joseph Schumpeters økonomiske teori og forståelse av entreprenøren for å undersøke det andre forskningsspørsmålet *Hvordan forholder sosialt entreprenørskap seg til den klassiske entreprenørskapsfiguren (med utgangspunkt i Schumpeters økonomiske teori)?* Gjennom analysen har jeg vist at det eksisterer et spenn i sosialt entreprenørskap mellom det sosiale og det kommersielle. Det viser seg også i verdsettingspraksisene og målingen av sosial verdi. Analysen av måling av sosial verdi har også vist at det brukes ulike verdsettingspraksiser som inkluderer både det kvalitative og det kvantitative, og numeriske og ikke-numeriske måleenheter. Disse brukes for å stabilisere hverandre og utgjør sammen et uttrykk for den sosiale verdien som skal være skapt av de sosiale entreprenørene. Likevel gjøres et forsøk på å etablere en standard for måling som baserer seg på antall mennesker påvirket som resultater i to ulike måleenheter som skiller på påvirkningsgrad. Disse målingene ble forsøkt stabilisert ved å bruke andre verdsettingspraksiser i tillegg, som brukerhistorier, spørreundersøkelser, FNs bærekraftsmål, samfunnsøkonomisk verdi, arbeidsintensitet og arbeidsomfang.

Den sosiale entreprenøren sliter med å forholde seg til den kommersielle essensen som også entreprenørfiguren hos Schumpeter hadde. Det som gjør at sosialt entreprenørskap til entreprenørskap kan også være det som skiller det fra det, nemlig det sosiale. Det sosiale aspektet i sosialt entreprenørskap er den nye kombinasjonen som Schumpeter krever fra entreprenøren, men også det som drar den vekk fra det essensielt kommersielle ved entreprenøren. Likevel er sosialt entreprenørskap fortsatt kommersielt, men dras i en spenning mellom det kommersielle og det sosiale, i en form for hybridposisjon. Denne spenningen gjorde også at sosialt entreprenørskap ble møtt med skepsis og ble mistenkeliggjort, og det skapte en usikkerhet rundt hvilke krav som skulle stilles til dem. Dette var særlig knyttet til dokumentering av sosial verdi, og til om de var kommersielle eller ikke. Det som gjør sosiale entreprenører til nettopp entreprenører slik Schumpeter forstår det, kan imidlertid også være nye produkter og tjenester, eller å produsere de på nye måter, som ved å ansette folk som står utenfor arbeidslivet og så videre.

Materialet viste også en stor grad av finansialisering, særlig med tanke på forventinger om avkastning på investeringer i form av dobbel bunnlinje stod fram. Også ønsket om mest mulig kostnadseffektive sosiale resultater som ved hjelp av impact managing førte til målinger som kunne brukes til styring av bedriftene, viser en finansialisering. Likevel ble det drøftet rundt hvor passende dette begrepet var, ettersom det også kunne leses som at bevegelsene gikk andre veien, eller kanskje heller at de gikk begge veier. Likevel viste materialet både tegn på finansialisering og økonomisering slik det ble fremmet i teorien analysen benyttet seg av.

Velferdsstaten viste seg også tydelig i materialet, ettersom den hadde en sentral rolle i modifiseringen av sosialt entreprenørskap og dens marked. Behovet for de sosiale entreprenørene ble bygget opp av å påpeke mangler ved velferdsstaten og effektiviseringsbehov. Velferdsstaten ble på den måten også en del av markedet de formet ettersom de sosiale entreprenørene ble fremmet som en forlengelse av velferdsstaten ved at de solgte sine mer effektive løsninger til den.

## 5.1 Oppgavens begrensninger og videre forskning

Den metodiske tilnærmingen i denne oppgaven kunne tatt nytte av å suppleres med innsamling av data direkte fra aktørene som er involvert i prosessene som har resultert i dette materialet. For eksempel kunne intervjuer med de ulike partene, fra investorene til entreprenørene og deres 'brukere', tilført et annet perspektiv til analysen. Selv om materialet her er forholdsvis rikt i mengde, kunne det også vært fordelaktig å se på å ta i bruk materialer hvor temaet omtales i dokumenter i mer tradisjonell forstand, som går noe dypere inn i det de beskriver. For eksempel dokumenter som viste mer av prosessene bak det som presenteres i mitt materiale. Det hadde også vært interessant å undersøke forskning som går på temaet eller utdanningsmateriale innen business som tar for seg sosialt entreprenørskap.

Det har vært interessant å bli kjent med feltet sosialt entreprenørskap, men det har også vært utfordrende å komme ordentlig inn i det. Til tross for noe forkunnskap, var det utfordrende å få tak på de sidene av det som knytter seg til finansverdenen og økonomi, der mye var nytt. Også det å undersøke feltet sosialt entreprenørskap som jeg hadde noe forkunnskap om, i lys av den teoretiske tilnærmingen i oppgaven gjorde at jeg aktivt måtte fjerne meg fra de antagelsene og forståelsene jeg hadde og se på materialet med et mer kritisk blikk. Til en annen gang kunne dette også være interessant å undersøke nærmereden finansielle delen, ettersom hovedfokuset for denne oppgaven ble den sosiale delen av det og spenningen som

oppstår. Kombinasjonen av STS, ANT, verdsettingsstudier, og økonomisk teori og entreprenørskapsforståelse fra Schumpeter var også utfordrende ettersom det var nødvendig å sette seg inn i store mengder teori over flere fagfelt. Selv om en del var kjent fra masterprogrammet, var det tidkrevende å komme helt inn i dette. Det var likevel nyttig og tilførte nyttige perspektiver i analysen.

## Litteraturliste

- Aabrekk, H. (2019, 10.september). Hvordan skal utviklingen skje når forskere blankt avviser barnehagenes erfaringer? *barnehage.no*. Hentet 30. mai 2020 fra <https://www.barnehage.no/artikler/hvordan-skal-utvikling-skje-nar-forskere-blankt-avviser-barnehagenes-erfaringer/473643>
- Andressen, J.H. (2019, 30. juni). Millioner å spare på språklek for barn. *Aftenposten*. Hentet 30. mai 2020 fra <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/opV8xB/millioner-aa-spare-paa-spraaklek-for-barn-johan-h-andresen?>
- Asdal, K. (2011). *Politikkens natur – naturens politikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Asdal, K. (2015a). Enacting values from the sea. On innovation devices, value practices, and the co-modification of markets and bodies in aquaculture. I F. Lee, C. F. Helgesson og I. Dussauge, (Red.), *Value Practices in the Life Sciences* (168-185), Oxford University Press.
- Asdal, K. (2015b). What is the issue? The transformative capacity of documents. *Distinktion: Scandinavian Journal of Sociale Theory*, 16(1), 74-90. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2015.1022194>
- Asdal, K., Brenna, B. og Moser, I. (Red.). (2007). *Technoscience. The politics of interventions*. Oslo: Unipub, Oslo Academic Press.
- Asdal, K., Cointe, B., Hobæk, B., Huse, T., Morsman, S., Måløy, T., Reinertsen, H. (2019). The Good Economy. Re-casting the bioeconomy, it's normativites and its troubles. *The Good Economy Working Paper Series*, arbeidsnotat nr. 3/2019. Publisert på nettsiden til Littel Tools. [https://www.sv.uio.no/tik/english/research/projects/little-tools/news/2019/asdal\\_et\\_al\\_2019\\_the\\_good\\_economy\\_wp3\\_2019.pdf](https://www.sv.uio.no/tik/english/research/projects/little-tools/news/2019/asdal_et_al_2019_the_good_economy_wp3_2019.pdf)
- Callon, M. og Muniesa, F. (2005). Peripheral Vision: Economic Markets as Calculative Collective Devices. *Organization Studies*, 28(8), 1229-1250. <https://doi.org/10.1177%2F0170840605056393>
- Chiapello, E. (2015). Financialisation of Valuation. *Human Studies*, 38, 13-35. <https://doi.org/10.1007/s10746-014-9337-x>
- Doganova, L. og Eyquem-Renault, M. (2009). What do business models do?: Innovation devices in technology entrepreneurship. *Research Policy*, 38(10), 1559-1570. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.08.002>

- Fagerberg, J. (2009). A Guide to Schumpeter. *Confluence. Interdisciplinary Communications* 2007/2008, 20-22.
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018a). Atlas Kompetanse. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/atlas-kompetanse/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018b). Barnas Plattform. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/barnas-plattform-2/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018c). Forandringsfabrikken. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/forandringsfabrikken/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018d). Forskerfabrikken. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/forskerfabrikken/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018e). Gammel Nok. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/gammel-nok/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018f). Gatemagasinet Asfalt. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/gatemagasinet-asfalt/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018g). Generasjon M. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/generasjon-m/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018h). Impact management. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/impact-management/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018i). Intempo. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/intempo/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018j). lyk-z. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/lyk-z-dotre/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018k). Lærervikaren. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/laerervikaren/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018l). Medarbeiderne. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/medarbeiderne/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018m). Motitech. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/motitech/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018n). No Isolation. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/no-isolation/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018o). Samlede resultater for Ferd SEs portefølje. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/ferd-se-samlet/>

- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018p). Seema. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/seema/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018q). Trivselsleder. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/trivselsleder/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018r). Ungt Entreprenørskap. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/ungt-entreprenorskap/>
- Ferd Sosiale Entreprenører. (2018s). Unicus. Hentet 30. mai 2020 fra <https://ferd-sosent.no/2018/entreprenor/unicus/>
- «Ferd». (2019) I *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 30. mai 2020 fra <https://snl.no/Ferd>
- Ferd. (u.å.-a). 10 år med dobbel bunnlinje. Hentet 30. mai 2020 fra [https://ferd.no/sosiale\\_entreprenorer/nyheter/10-ar-med-dobbel-bunnlinje](https://ferd.no/sosiale_entreprenorer/nyheter/10-ar-med-dobbel-bunnlinje)
- Ferd. (u.å.-b). Hva er sosialt entreprenørskap? Hentet 30. mai 2020 fra [https://www.ferd.no/sosiale\\_entreprenorer/hva-er-sosent](https://www.ferd.no/sosiale_entreprenorer/hva-er-sosent)
- Ferd. (u.å.-c). Investeringsstrategi. Hentet 30. mai 2020 fra [https://www.ferd.no/sosiale\\_entreprenorer/investeringsstrategi](https://www.ferd.no/sosiale_entreprenorer/investeringsstrategi)
- Ferd. (u.å.-d). Om Ferd konsernet. Hentet 30. mai 2020 fra [https://www.ferd.no/om\\_ferd/om\\_ferd](https://www.ferd.no/om_ferd/om_ferd)
- Ferd. (u.å.-e). Om Ferd. Hentet 30. mai 2020 fra [https://www.ferd.no/om\\_ferd/](https://www.ferd.no/om_ferd/)
- Ferd. (u.å.-f). Sosialt entreprenørskap stadig viktigere. Hentet 30.mai 2020 fra [https://ferd.no/om\\_ferd/nyheter/sosialt-entreprenorskap-stadig-viktigere](https://ferd.no/om_ferd/nyheter/sosialt-entreprenorskap-stadig-viktigere)
- Ferd. (u.å.-g). Vet du hva sosialt entreprenørskap er? Hentet 30. mai 2020 fra [https://www.ferd.no/sosiale\\_entreprenorer/nyheter/vet\\_du\\_hva\\_sosialt\\_entreprenorska\\_p\\_er](https://www.ferd.no/sosiale_entreprenorer/nyheter/vet_du_hva_sosialt_entreprenorska_p_er)
- FerdSosEnt [brukernavn]. (2019, 16. mai). FERD Sosiale entreprenører – Måling av sosiale resultater [videoklipp]. Hentet 30. mai 2020 fra [https://www.youtube.com/watch?v=cTz8uh4uXa0&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=cTz8uh4uXa0&feature=emb_title)
- Finstad, H. (2013, 27. juni). Ideell eller kommersiell? [Blogginlegg]. Hentet 30.05.2020 fra <http://forskerfabrikken.blogspot.com/2013/06/ideell-eller-kommersiell.html>
- FN. (2020, 26. mai). FNs bærekraftsmål. Hentet 30. mai 2020 fra <https://www.fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal>



- Fourcade, M. (2011). Cents and Sensibility: Economic Valuation and the Nature of «Nature». *American Journal of Sociology*, 116(6), 1721-1777.  
<https://doi.org/10.1086/659640>
- Garmann, N. G., Simonsen, H. G. Hansen, P. og Romøren, A. S. H. R. (2019, 4. september). Tidlig språkinnsats: Språklek med svakt forskningsbelegg. *barnehage.no*. Hentet 30. mai 2020 fra <https://www.barnehage.no/artikler/tidlig-sprakinnsats-spraklek-med-svakt-forskningsbelegg/473144>
- Garmann, N.G., Simonsen, H.G., Holm, E., Sandvik, M., Hansen, P., Romøren, A. S. H. og Tkachenko, E. (2019, 29. juli). Syltynn Bravo-rapport. *Aftenposten*. Hentet 30. mai 2020 fra <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/pLIXyR/kort-sagt-tirsdag-30-juli?> <https://www.barnehage.no/artikler/tidlig-sprakinnsats-spraklek-med-svakt-forskningsbelegg/473144>
- Hull, M. (2012). *Government of paper. The materiality of bureaucracy in urban Pakistan*. University of California Press.
- «J.L. Tiedemanns Tobaksfabrik». (2009). I *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 30. mai 2020 fra <https://snl.no/J. L. Tiedemanns Tobaksfabrik>
- «Johan Henrik Andresen Jr». (2019). I *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 30. mai 2020 fra [https://snl.no/Johan\\_Henrik\\_Andresen\\_jr.](https://snl.no/Johan_Henrik_Andresen_jr.)
- «kommersiell». (2019). I *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 30. mai 2020 fra <https://snl.no/kommersiell>
- Kullenberg, C., Og Nelhans, G. (2017). Measuring Welfare Beyond GDP. *Valuation Studies*, 5(1), 7-38. <https://doi.org/10.3384/Vs.2001-5992.17517>
- Muniesa, F. (2012). A flank movement in the understanding of valuation. *The Sociological Review*, 59(2 Suppl), 24-38. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2012.02056.x>
- Muniesa, F., Millo, Y. og Callon M. (2007). An introduction to market devices. *The Sociological Review*, 59(2 Suppl), 1-12. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2007.00727.x>
- Munthe, P. (2014). Økonomi i Norge. I *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 30.mai 2020 fra [https://snl.no/%C3%98konomi\\_i\\_Norge](https://snl.no/%C3%98konomi_i_Norge)
- NAV (2020, 24. mars). Tilskudd til sosiale entreprenører og sosialt entreprenørskap for 2020. Hentet 30. mai 2020 fra <https://www.nav.no/no/nav-og->

[samfunn/samarbeid/tilskudd-gjennom-nav/nyheter/tilskudd-til-sosiale-entreprenorer-og-sosialt-entreprenorskap-for-2016](#)

- NRK Kommunikasjon. (2020, 28. februar). Ferd blir langsiktig eier og utvikler av NRK-tomten på Marienlyst. Hentet 30. mai fra <https://www.nrk.no/presse/ferd-blir-langsiktig-eier-og-utvikler-av-nrk-tomten-pa-marienlyst-1.14918724>
- Regjeringen (2019, 5. desember). Sosialt entreprenørskap. Hentet 30. mai 2020 fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/arbeidsliv/arbeidsmarked-og-sysselsetting/innsikt/sosialt-entreprenorskap/id2009201/>
- Schumpeter, J. (1909). On the Concept of Social Value. *The Quarterly Journal of Economics*, 23(2), 212-223. <https://doi.org/10.2307/1882798>
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Sismondo, S. (2010). *An Introduction to Science and Technology Studies*. (2. utg.). UK: Wiley-Blackwell.
- Skjølsvold, T. M. (2015). *Vitenskap, teknologi og samfunn. En introduksjon til STS*. (1. utg.) Oslo: Cappelen Damm.
- Ørstavik, F. (2019). Joseph Schumpeter. I *Store norske leksikon* på snl.no. Hentet 30. mai 2020 fra [https://snl.no/Joseph\\_Schumpeter](https://snl.no/Joseph_Schumpeter)