



Aalborg Universitet

**AALBORG UNIVERSITY**  
DENMARK

## **Sociale virksomheder**

*udfordringer og muligheder i et modsætningsfyldt felt*

Svensson, Christian Franklin

*Published in:*  
Social Kritik: Tidsskrift for social analyse & debat

*Publication date:*  
2016

*Document Version*  
Accepteret manuscript, peer-review version

[Link to publication from Aalborg University](#)

*Citation for published version (APA):*  
Svensson, C. F. (2016). Sociale virksomheder: udfordringer og muligheder i et modsætningsfyldt felt. *Social Kritik: Tidsskrift for social analyse & debat*, 2016(148).

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us at [vbn@aub.aau.dk](mailto:vbn@aub.aau.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

# Sociale virksomheder

– udfordringer og muligheder  
i et modsætningsfyldt felt

*Af Christian Franklin Svensson*

Nye dagsordener indenfor velfærdsinnovation har medført øget opmærksomhed på sociale (eller *socialøkonomiske*) virksomheder. Denne artikel søger at problematisere løsninger, der umiddelbart virker lette. Der er mange fordele og gode tanker bag sociale virksomheder, og der er ingen tvivl om, at motivationer for at oprette og arbejde i sociale virksomheder for det meste sker ud fra den bedste mening, men for at bevare et kritisk blik er det nødvendigt også at diskutere udfordringer og ulemper.

Sociale virksomheder er præget af politisk idealisering og heroisering, og denne diskussion er både aktuel og nødvendig, ikke mindst i forhold til velfærdsstaten. En udfordring ved dette er dog, at det kan virke bagstræberisk at forsøge at gennemskue og analysere et felt, som umiddelbart fremstår emanciperende og solidarisk. Der er god grund til at være på vagt overfor normative og epokale fremstillinger af innovative og sociale tiltag som løsninger på kriser, og spørge om sociale virksomheder virkelig er så anderledes, og om de vil medvirke til at producere og udvikle social værdi, som velfærds-

staten hidtil har stået for, eller om de ligefrem er medvirkende til dens afvikling.

Den offentlige sektor kan noget, og frivillige og det private kan noget andet, men hvad er det for et samfund, vi er på vej hen imod, hvis sociale virksomheder overtager velfærdstiltag, som tidligere hørte til i det offentlige? Her bør diskussionen ses i relation til hvordan sociale virksomheder tilpasses forskellige kulturelle forhold, for der bør sættes spørgsmålstejn ved værdien for velfærdsstaten, så længe modeller overføres fra andre nationale og kulturelle kontekster, uden at der tages hensyn til lokale historiske og sociale traditioner.

I artiklen diskuteres først sociale virksomheder som et fænomen, der er placeret mellem en social og en profitorienteret dimension i et ofte økonomistisk og politisk idealiseret felt. Et mere positivt blik diskuteres derefter, hvor sociale virksomheder anskues som social handling i velfærdsstatens udvikling. Til sidst diskuteres sociale virksomheders rolle som symbolske organisationer. Her er argumentet, at sociale virksomheder skal tilpasses kulturelle og lokale kontekster for at kunne bidrage til allerede etable-



rede velfærdssystemer, ellers bliver de til symboler, der ikke rækker ved uhensigtsmæssigheder i den bestående samfundsorden.

### Hvad er sociale virksomheder?

Sociale virksomheder har en erklæret mission om aktivering og inddragelse af socialt sårbare borgere. Denne sårbarhed kan være emotionel sensitivitet både med eller uden psykiatrisk diagnose, fysisk eller psykisk udviklingshæmmede, kortere eller længere tids fravær fra arbejds- eller uddannelsesmarkedet og derfor en social marginalisering.

I Danmark drives sociale virksomheder ofte mere eller mindre kollektivt som fonde eller efter andels-tanken med traditioner fra civilsamfundet, fagorganisationer og højskoler. Fælles for specifikt danske sociale virksomheder er, at de færreste fungerer uden offentlig støtte i en eller anden form, enten som overførselsindkomst til ansatte eller som puljestøtte til projekter.

Begrebet dækker over en bred vifte af tiltag, som har både en social og en profitorienteret dimension. Ideelt set er sociale virksomheder andet end profito-

rienterede virksomheder med sociale sider (Schøtt 2009). Fordi det primære formål er human værdi, er social forandring i sociale virksomheder derfor ikke bare en sidegevinst, men et bevidst ønske om at ændre en eller flere udfordringer.

Social værdi i sociale virksomheder er kendetegnet ved inddragelse, deltagelse og gensidigt ansvar. Dette handler om andre præmisser end en liberalisme, hvor det er knaphed på ressourcer, der definerer motiver og handlinger (Giordano 2005). Det indebærer en konstant bevidsthed om ikke at ryge for meget til enten den sociale eller profitorienterede side. Ved at blive for profitorienteret bliver den sociale side mindre. På den anden side indebærer det at blive for social heller ikke en mulighed, da sociale virksomheder så bliver til offentlige serviceenheder uden at være produktiv, eksperimenterende, social og markedsorienteret på samme tid. Så vil sociale virksomheder måske blot blive steder, hvor økonomien ikke er social i en slags opbevarende velfærdsforanstaltninger for de svageste uden blik for legitim inddragelse og deltagelse.

Debatten indenfor området handler primært om

balancen mellem profitorientering og social værdi og er samtidig holdningsmæssigt polariseret. Hvad vi dog kan sige noget om er, hvad aktører i bestemte kontekster oplever. Social værdi skal være det vigtigste mål. Når dette ideal opnås, får ansatte i sociale virksomheder en oplevelse af meningsfuldhed ved at gøre en forskel for socialt udsatte borgere (Cartwright & Holmes 2006, Svensson 2014). Det er udtryk for fælles erfaringer i en fælles virkelighed (Barth 1993), hvor der opstår et engagement med en tro på, at alt mere eller mindre kommer tilbage til det sociale. Sociale virksomheder er i denne optik sociale kommentarer og modkulturelle og kollektive former, der udfordrer og udstiller systemiske strukturer og dominerende økonomiske paradigmer.

### Et ikke-økonomistisk blik på feltet

Sociale virksomheder indgår i politiske ambitioner om fremtidens løsninger, og de simplificeres ofte i diskussionen. Det gør, at de bliver normative og diskuteres ud fra diskurser, som de på forhånd associeres til. Som Charles Wright Mills (2002[1959]) minder os om, er der ofte obskure konnotationer og store ord, der knytter sig til forskningsfelter. Derfor er det vigtigt at diskutere de betydninger og værdier, der knytter sig til overordnede begreber. Thomas Hylland Eriksen (2006) argumenterer for, at flere forskere bør engagere sig i den offentlige debat om sociale temaer. Det er derfor nødvendigt konstant at sætte spørgsmålstejn ved samfundstendenser for at bevare refleksivitet både i forhold til forskningstraditioner og politiske dagsordener.

Som Laville (2010) understreger, er de sociale og profitorienterede dimensioner ikke endelige størrelser, men genstande for forhandling og fortolkning. Det profitrelaterede led i sociale virksomheder bliver ofte til reduktioner, der signalerer et politisk ønske om økonomisk bæredygtighed, men andre vinkler end organisatoriske og økonomiske er nødvendige for at analysere og relatere på tværs af kulturelle og sociale forskelle. Humane vinkler indenfor feltet er længe blevet betragtet som mindre vigtige, og det aktørorienterede blik og deltageres levede udfordringer glemmes ofte til fordel for et fokus på formalisering og økonometri som skaler, vækst, målinger og kvantificering.

Det er derfor nødvendigt at diskutere sociale virksomheder i en ramme, der rækker ud over rationelle økonomiske forståelser (Amin 2009). Der er dog en begyndende, men endnu lille, tendens inden-

for feltet, hvor en vægt på solidaritet, relationer og humanitet overskygger et fokus på organisatorisk sektorforskning (Laville 2010).

### Nogle kritiske refleksioner

Sociale virksomheder kan anskues som steder, hvor økonomien er social. Ikke kun som velfærdsforanstaltning for de svageste, men hvor der er aktiv og bevidst inddragelse. Der er dog grund til at være forbeholden overfor at analysere og anskue sociale virksomheder som unikke og ikoniske udtryk i et større samfundsrelateret billede. Det er vigtigt at være opmærksom på denne type diskurser, for sociale felter er ikke kun æstetiske, men også idealiserede.

Blandt sociale virksomheder er der en global tendens til, at den profit- og markedsorienterede dimension overtager den sociale værdi. De tidligere offentlige velfærdsløsninger bliver til udliciterede ydelser. Risikomomentet ligger i at de borgere, som tidligere har været rummet af offentlige tiltag, ikke længere kan rummes nogle steder, fordi de tidligere offentlige beskæftigelsestilbud bliver produktionsorienterede, hvor kun de bedst egnede kan bruges, de bliver *creamet*. Samtidig kan der opstå mindre kontrol med kvaliteten, fordi der ikke er garanti for personalets professionalitet.

Flere dagsordener fremskynder sociale virksomheder ud fra normative betragtninger om, at de er *født* gode, og der arbejdes ihærdigt på kortlægning og typologi frem for at diskutere hvad, der foregår i dem både i et arbejdslivsperspektiv og i et politisk perspektiv. På grund af denne ofte ukritiske idealisering kan feltet i en euforisk begejstring med tiden præges af fantasier og charlataner, som kører virksomheder i sæk med offentlig støtte, enten for at skumme fløden eller for at realisere sig selv uden at besidde de evner, der skal til for at lede en social virksomhed på bekostning af andres arbejdsliv som følge.

Tillige er der omstændigheder omkring lønforholdene i sociale virksomheder, der bør diskuteres. Eksempelvis modtager de fleste aktiverede i sociale virksomheder i Danmark offentlige ydelser, og får derfor blot et symbolsk beløb for at arbejde. Samtidig afsættes produkterne til nogle af verdens største virksomheder. I en social virksomhed, jeg selv har besøgt, sad "de dårligste" aktiverede, som en værktøjsleder siger, i en stor fabriksbygning og samlede pakninger til komponenter til samlebånd til videre-



salg. Jeg fik at vide, at de aktiverede ud over deres pension får syv kroner i timen. I lyset af denne slags eksempler er det vigtigt at være opmærksom på, hvorvidt der sker en udbytning af arbejdskraften i et felt, der bryster sig af det modsatte i beskæftigelsens navn.

Der er også et tilbagevendende, men forbavsende underbelyst tema, om konkurrenceforvridning og arbejdsløshed på det ordinære marked, fordi sociale virksomheder ofte producerer specialiserede varer, som lokale virksomheder ligeledes har mulighed for at producere.

### Et politiseret og idealiseret felt

Øget fokus på sociale virksomheder har medført en iver efter at konstruere definitioner og bestemmelser. Blandt disse er i en europæisk sammenhæng den britiske UK Law on the Community Interest Company, italienske Impresa Sociale og senest Rådet for Socialøkonomiske Virksomheder i Danmark. På trods af den megen energi, der bruges på disse tiltag, er der ikke klare retningslinjer for ansvarsfordelingen mellem den offentlige, den private og den tredje sektor (Henriksen, Smith & Zimmer 2012).

At dømme ud fra italesættelsen i dagspressen og de aktiviteter, som ligger op ad feltet, er der ikke tvivl om, at sociale virksomheder er politisk idealiserede som svaret på velfærdsstatens påståede problemer. Dette er en tendens, hvor aktører ukritisk reproducerer common-sense, som derved bliver til ureflekterede diskurser (Foucault 1978, Noys 2014). Det er også en tendens, hvor politiske logikker og beslutninger begrundes i produktion, vækst og arbejdets værdi.

Hvis sociale virksomheder skal være andet end tomme hylstre, så skal det være på et livspraktisk niveau. Det er positivt for samfundet med forskellige virksomhedsformer, men det kan blive erhvervs-magi, hvis virksomhedskonstruktioner, som umiddelbart virker fremgangsrige og emanciperende, ikke grundigt efterprøves eller diskuteres. Erhvervs-magiske modeller kan ifølge Karen Lisa Salamon (2010) kun vinde indpas i samfund med ringe social sammenhængskraft. Dette betyder samtidig, at idealiseringer her ligger lige for.

Enhver epoke har sin heltedyrkelse for at fastholde en tro på menneskehedens idealer. Malinowski (2010 [1922]) diskuterede tidligt i det tyvende århundrede myters og idealiseringers indflydelse på fænomener. Samme gør sig stadig gældende godt

hundrede år senere, for som andre virksomhedsformer har også sociale virksomheder myter. For sociale virksomheder er disse myter ofte kendetegnet ved narrativer om, hvordan og hvorfor de begyndte eller som social *preaching* eller som svar på sociale problemer.

Der er dog også mulighed for at se disse myter som en afspejling af virkeligheden og feltet som et bidrag til velfærdsstatens udvikling.

### Sociale virksomheder som realiserbare utopier

For at opnå en forståelse for idealiseringerne i et mindre kritisk perspektiv kan sociale virksomheder anskues som en utopi med opnåelige ideer som en positiv og fremadrettet størrelse. Sociale virksomheder har stærke utopiske karakteristika med forestillinger og ambitioner til gavn for samfundet som helhed, altså en realiserbar utopi. Dette rummer forestillinger om at medvirke til at skabe solidaritet, samvirke og demokrati. At tænke utopisk er i dette perspektiv dermed ikke udtryk for uopnåelige og idealistiske ambitioner, men tværtimod en del af levede og dannende liv, som de er forestillet på vegne af andre.

Dette knytter an til en bredere diskussion om, at velfærdsstaten i princippet bør opnå det mål at overflødiggøre sig selv på den ene side, og på den anden side løbende at skulle legitimere sig selv. Heraf udspringer nogle af de mange dilemmaer og paradokser, der ses i sociale virksomheder. Derfor er dette for komplekst og mangfoldigt et felt til at blive anskuet som enten en afvikling eller udvikling af velfærdsstaten eller som entydige udtryk for neoliberalistiske destruktive mekanismer.

Handling som reaktion på tilstande, der ønskes forandret, er et princip, der tillader mennesker at drømme om en anderledes verden. Zygmunt Bauman (2012 [1989]), der til tider forekommer sortseende, understreger, at en utopisk stræben som et konstant vilkår er nødvendig for at vende destruktive mekanismer. I samme ånd minder David Graeber (2004) os om, at en anden verden er mulig, og at hegemoniserende institutioner som kapitalisme, racisme og mandlig dominans ikke er uundgåelige, men at disse kan navigeres og forandres.

Det er dog aldrig muligt før bagefter at vurdere, hvilken effekt nye tiltag har, og derfor advarer både Bauman og Graeber mod at se nye sociale tiltag som endegyldige løsninger på sociale udfordringer. Jeg lægger mig op ad denne tankegang om, at utopisk

stræben er nødvendig, selv om det er for tidligt at udsige meget om, hvilken virkning netop sociale virksomheder har for velfærdsstaten på længere sigt.

Sociale virksomheder kan anskues som aktiv og bevidst social handling og reaktion på uhensigtsmæssige mekanismer. I dette perspektiv er de frontløbere indenfor velfærdsområdet for at demokratiske gennembrud må begynde et sted for derefter at brede sig ud til resten af samfundet. Dette ligger op ad modkulturelle tiltag og traditioner, der udfordrer og modarbejder strukturerende systemer, der i sig selv tydeliggør styrende strukturers unødvendighed (Graeber 2004). Disse tiltag kan tage form som arbejdsfællesskaber og fælles ejerskab. Sociale virksomheder er i denne optik på linje med andre civilbårne tiltag som kommentar og modvægt. Neoliberalistiske og individualistiske tendenser er i denne optik en forbigående fase, hvor vi i stedet vil komme til at se sociale virksomheder til gavn for humane værdier.

Hvis man tager denne vinkel til indtægt, kan modstand som udtrykt ved sociale virksomheder fremskyndes ved, at borgere har tillid til hinanden på et person-orienteret niveau som alternative humane processer og idealer omsat til civile tiltag. I dette perspektiv er sociale virksomheder, hvis ikke et bidrag til velfærdsstatens udvikling, så i hvert fald et bidrag til at modarbejde de humane mekanismer. Her er det dog vigtigt at fastholde et blik for vækstidealene i politiske diskurser.

### **Vækstfænomenets paradigme**

Både globalt og i Danmark er der en forventning om, at offentlig service kan tilbydes til konkurrencedygtige priser ved at køre sociale virksomheder som forretninger (Amin 2009). Ash Amins undersøgelser tager udgangspunkt i Storbritannien, hvor sociale virksomheder ofte ses som afløsere for statens velfærds løsninger. I Danmark går diskussionen lige så meget i retning af, at sociale virksomheder kan være et bidrag til velfærdsstatens udvikling. Uanset hvilken velfærdstradition feltet anskues ud fra, er udgangspunktet ofte en utilfredshed med bestående velfærdsmodeller, som enten bør afvikles eller forandres. Men hvad ligger til grund for disse diskurser?

Det kan ses som et skift på bekostning af velfærdsstatens pligter overfor borgerne, fordi en parameter bliver at være konkurrencedygtig på markedets præmisser (Cerny 1997, Pedersen 2011). Charles Wright Mills (2002[1959]) argumenterer for, at

denne type tænkning er et levn fra oplysningstiden, hvor rationalisme var lig med tanken om, at fornuft nødvendigvis medfører fremskridt og videnskab. Denne rationalismetankegang udløber af ideen om akkumulation med en egen logik om merværdi og indbygget tvang til at øge profit (Jackson 2009). Vækstfænomenet består i ikke at kunne træde ud af denne spiral, hvorfor der er fare for, at civilt engagement og sociale intentioner i form af sociale virksomheder afløses af disse logikker.

Dette stiller krav til ikke kun at forsøge at gennemskue aktuelle samfundstendenser, men også til sociale virksomheder selv, som bør tilstræbe at forstå de forhold, der skaber diskurserne. Ellers vil usunde mekanismer blive ved med at reproducere (Bauman 2012 [1989]).

Det åbner for muligheden og nødvendigheden af at se handlinger og motivationer ud fra andre kalkuler. Laville (2010) argumenterer her for, at profitmaksimerende markedslogik har vist sig ikke at give plads til demokratiske værdier og derfor begrænser humane projekter og forestillinger. Endelig opfordrer David Graeber (2004) os til at forblive bevidst om denne udvikling ved at ikke at forglemme blikket på kapitalisme som sammenhængen mellem udbud og efterspørgsel og princippet om en uendelig jagt efter profit for profitens egen skyld. Denne kritik ligger op ad en diskussion af sociale virksomheder som former, der har symbolsk værdi mere end egentligt forandringspotentiale.

### **Sociale virksomheder som symbolske arenaer**

Sociale virksomheder kan anskues som fænomener, der arbejder indenfor de gældende strukturer og kapitalistiske systemer uden at udgøre en egentlig konfronterende modstand mod eksisterende magtstrukturer og aktuelle diskurser. I denne forståelse udgør de ikke en trussel mod dominerende eliter, til forskel fra mere radikale sociale og politiske tiltag. Sociale virksomheder er i dette lys udelukkende symbolske arenaer, der ikke præsenterer reelle alternativer til status quo (Wright 2010).

Kritikken af sådanne sociale og symbolske arenaer ligger i argumentet om, at kampen for human emancipation kræver en kamp imod kapitalisme, og ikke bare en kamp indenfor kapitalismen. I denne forståelse er det en indlejring af neoliberalistiske mekanismer, som derved fortynder ethvert forsøg på fornyelse (Noys 2013). Dette kan igen ses som mekanismer, der både åbenlyst og mere subtilt regulerer

og omorganiserer den offentlige sektor gennem indlejring af markeds kræfter og andre kapitalistiske tiltag (Foucault 1978). En udvidelse af et sådant perspektiv er, at sociale virksomheder blot er symboler på modkulturelle mekanismer, som faktisk reproducerer pacificerende konstruktioner på grund af disse eksperimenters ikke-radikale natur.

Omvendt kan alternativer som sociale virksomheder samlet set medføre betydelige praktiske levede forandringer for de implicerede deltagere samt på længere sigt give mulighed for forandringer på et mere generelt plan i samfundet. I en sådan forståelse af økonomi ligger der et handlingsorienteret perspektiv, hvor det humane element kommer til udtryk som mulighedsbetingelser, der kan navigeres ud fra. Dette understreger en personrelateret handling overfor institutionelle mulighedsbetingelser (Borzaga, Depedri & Tortia 2010). I dette perspektiv har sociale virksomheder en symbolsk værdi, der signalerer, at andre forhold end neoliberalistiske idealer er mulige. Dette kræver imidlertid, at sociale virksomheder indlejres og tilpasses specifikke lokale kontekster.

### **Non-kontekstuel indlejring af velfærdsinitiativer**

På et globalt plan er velfærdsstaten i de fleste lande blevet afgrænset. Dette er gået hånd i hånd med opfattelser af, at velfærdsstaten har brug for nytænkning, samt at ukontrollerede økonomiske markeder heller ikke er i stand til at løse sociale udfordringer. Dette profilerer sociale virksomheder som en form, der er i stand til at navigere hen imod både overtagelse og udvikling af nye velfærdsinitiativer (Borzaga, Depedri & Tortia 2010), eller som velfærdsblanding. Sociale virksomheder kan således vise, at vi er på vej mod nye konstellationer, hvor staten dermed ikke er den eneste udbyder af velfærd. Flere undersøgelser viser, at sociale virksomheder løser samfundsmæssige problemer (Borzaga, Depedri & Tortia 2010). Dette er dog generaliserende postulater, som bør kontekstualiseres i relation til kulturelle normer og traditioner for at udsige en gyldighed. Sociale virksomheder har socialt bæredygtige formål som grundvilkår, men disse skal ses i egne historiske og sociale lokale kontekster.

Uden tvivl gælder det for flere lande med en mindre social velfærds politisk scene end i Norden, at sociale virksomheder medfører udvikling i retning af mere humane samfund, hvor solidariske og emanci-

perende værdier kommer på dagsordenen. Socio-geografiske forhold tages dog ofte ikke i betragtning, og her ligger det problematiske indenfor feltet, fordi statistiske og kvantitative undersøgelser ofte sammenligner eksempelvis danske, svenske og finske samfundsstrukturer med forskelligartede systemer som polske, græske og engelske (Social Entrepreneurship Network 2015). Hvad der er effektivt i én samfundsmodel kan ikke altid direkte overføres til andre sociale arenaer, eksempelvis til nordiske kontekster, hvor der allerede er etablerede velfærdsstater, som distribuerer ressourcer og tager sig af samfundets mest udsatte socialt udsatte, om end det kan diskuteres, hvorvidt dette system fungerer tilstrækkeligt hensigtsmæssigt.

En overførsel af sociale tiltag som sociale virksomheder fra én kontekst til en anden nødvendiggør, at social innovation aktivt diskuteres lokalt for at modvirke en endeløs jagt på nye tiltag, der kan løse sociale udfordringer. Hvis det ikke sker, bliver velfærdsstaten ikke bare forandret, men den bliver afviklet allerede inden den har fået lov at udvikle sig til sit fulde potentiale. Ved direkte at overføre én social opbygning til en anden er der mulighed for, at veletablerede velfærdsstater dekonstrueres til fordel for uhensigtsmæssige ideologiske mekanismer og ukontrollerede markedsorienterede systemer (Nielsen & Nielsen 2006; Noys 2013).

Konstante omstruktureringer og innovation af den offentlige sektor kan ses som vækstideologiske mekanismer, hvor der forandres blot for forandringens skyld. I denne optik er velfærdsstatens påståede afvikling en krise i sig selv, fordi det netop er på grund af ukritiske velfærdsreformer, at velfærdsstaten bliver afviklet.

Idealisering af sociale virksomheder kan derfor anskues som en diskurs om at minimere statens rolle, hvor socialt demokrati ender med at blive afviklet. En kausal sammenhængstænkning som grundlag for samfundets udvikling bør vendes, for netop på grund af neoliberalistiske tendenser kan velfærdsstaten være blevet dekonstrueret, og ikke på grund af at velfærdsstaten har vist sig at være ineffektiv. Hvad der i stedet er brug for, er en fornyelse af den offentlige sektor og velfærdsstaten med omorganisering og effektivisering af arbejdsprocesser og målrettede indsatser. Dette vil kræve en løbende og aktiv stillingtagen til at bevare velfærdsidealene, enten med eller uden sociale virksomheder.



## LITTERATUR:

- Amin, A. (2009) Extraordinarily ordinary: working in the social economy. *Social Enterprise Journal*, Vol 5. Issue 1, s. 30-49.
- Barth, F. (1993) *Balinese Worlds*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bauman, Z. (2012 [1989]) *Modernity and the Holocaust*. Cambridge: Polity Press.
- Borzaga, C., Depedri, S., Tortia, E. (2010) *The growth of Organizational Variety in Market Economies: The case of Social Enterprises*. Working paper 03/10. EURICSE.
- Cartwright, S., Holmes, N. (2006) The Meaning of Work. *Human Resource Management Review*, 16/2, s. 199-208.
- Cerny, P. G. (1997) Paradoxes of the Competition State: The Dynamics of Political Globalization. *Government and Opposition*, Volume 32/02/April s. 251-274.
- Eriksen, T. H. (2006) *Engaging Anthropology*. Oxford: Berg.
- Foucault, M. (1978) *The Birth of Biopolitics*. Basingstoke: Palgrave.
- Giordano, C. (2005) Homo Creator. The Conception of Man in Social Anthropology. *Finance & Bien Commun*, 2 no. 22, s. 25-31.
- Graeber, D. (2004) *Fragments of an Anarchist Anthropology*. Chicago: Prickly Paradigm Press.
- Henriksen, L. S., Smith, S. R., Zimmer, A. (2012) At the Eve of Convergence? Transformation of Social Service in Denmark, Germany, and the United States. *Voluntas*, 23, s. 458-501.
- Jackson, T. (2009) *Prosperity without Growth: Economics for a Finite Planet*. London: Earthscan.
- Laville, J. (2010) Solidarity Economy (Économie solidaire). I K. Hart, J.-L. Laville, & A. D. Cattani, *The Human Economy*, s. 225-236. Cambridge: Polity Press.
- Malinowski, B. (2010 [1922]) *Argonauts of the Western Pacific*. Oxford: Benediction Classics.
- Mills, C. W. (2002[1959]) *Den sociologiske fantasi*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Nielsen, B. S., Nielsen, K. A. (2006) *En menneskelig natur. Aktionsforskning for bæredygtighed og politisk kultur*. København: Frydenlund.
- Noys, B. (2013) The Grammar of Neoliberalism. I L. Bryant, *Dark Trajectories. Politics of the Outside*, s. 36-55. [NAME] Publications.
- Pedersen, O. K. (2011) *Konkurrencestaten*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Salamon, K. L. (2010) Magi? Om charlatanisme og værdiskabelse ud af den blå luft. *Tidsskriftet Antropologi*, nr. 61, s. 97-118.
- Schøtt, T. (2009) Social and commercial entrepreneurship. I T. Schøtt, *Social and Commercial Entrepreneurship in Denmark 2009*, s. 23-39. University of Southern Denmark.
- Social Entrepreneurship Network. (2015) *Policy meets practice – Enabling the growth of social enterprises*. Warsaw: Department for European Social Fund.
- Svensson, C. F. (2014) Making Money is not an End in Itself: Meaningfulness among Employees of Social Enterprises. *Antipodia Revista de Antropologia*, No. 18. April, s. 241-255.
- Wright, E. O. (2010) *Envisioning Real Utopias*. London & New York: Verso.

## FAKTABOKS

Sociale virksomheder har et almennyttigt formål, og producerer og sælger varer eller tjenesteydelser på et marked med henblik på at fremme det sociale formål.

Sociale virksomheder geninvesterer det meste eller hele overskuddet fra forretningen i virksomheden eller dens formål.

Sociale virksomheder er almindeligvis organisatorisk uafhængig af den offentlige sektor, men de fleste danske sociale virksomheder får offentlig støtte i en eller anden form, enten som overførselsindkomst til ansatte eller som puljestøtte til projekter. Danske sociale virksomheder har ofte det offentlige som kunde i beskæftigelsesfremmende foranstaltninger f.eks. som aktivering i forbindelse med overgangsydelse eller Ungdomsuddannelse for unge med særlige behov (STU).

Forskning indenfor feltet tog fat i begyndelsen af 1990'erne med to hovedtendenser indenfor feltet. Den ene tradition har fokus på tilknytning til civilsamfundet eller frivillige organisationer. Den anden tilgang fokuserer i højere grad på tilknytning til markedet med fokus på en social sektor hinsides velfærdsstaten.

Kilde: Socialøkonomiske virksomheder i Danmark. Forskningsrapport fra SFI – Det Nationale Forskningscenter for Velfærd, 2013.

*Christian Franklin Svensson er antropolog og Ph.d. i social innovation. Han er ekstern lektor på Roskilde Universitet, hvor han forsker og underviser om sociale virksomheder, udvikling, sociale relationer, navigationer, meningsfuldhed og fremtidsforestillinger.*