

Entreprenörskapsutbildning för framtiden

- En fallstudie på Handelshögskolan i Stockholm

Abstract: Increasing innovation and entrepreneurship has been identified as a key target for sustained growth and welfare, both in Sweden and abroad. Therefore, many countries have recognized the need to equip students with entrepreneurship education and to integrate skills associated with entrepreneurship into the various curricula.

To shed light on entrepreneurship education within business curricula, a case study focusing on the first two years of the Bachelor program at the Stockholm School of Economics (SSE) was conducted. The study was based on interviews with students, alumni and scholars with a background of entrepreneurship. Insights from respondents were compared with leading research on entrepreneurship education, to evaluate the program's approach.

Primary findings from the qualitative analysis showed an overall lack of entrepreneurship education in the early stages of the program. Entrepreneurial "know-how" knowledge was an insufficient component of the SSE program and a barrier for why more students did not pursue a career in entrepreneurship. Three focus areas were emphasized as important competences for an entrepreneur; sales, communication and creativity skills. Regarding educational structure, a majority of respondents supported the teaching of entrepreneurship as a core subject rather than an elective, and as an independent course rather than as integrated elements in other courses.

The study shows that entrepreneurship should be taught to all students, in order to foster a higher number of individuals equipped with entrepreneurial mindsets. Further, the pedagogy should include both theoretical and practical elements and support functions should serve as a supplement to the regular curriculum. Entrepreneurship attitudes should also be actively addressed. Finally, concrete and applicable "know-how" entrepreneurial knowledge must be taught.

Keywords: entrepreneurship education, skills, target group, pedagogy, support functions, attitudes

BJÖRN BERGSTRÖM 22064
ALEXANDER HJERTSTRÖM 21841

HANDLEDARE: KARL WENNBERG
FRAMLÄGGNING: MAJ 2012

FÖRORD

Som studenter på Handelshögskolan i Stockholm är vi djupt tacksamma för den gedigna utbildning vi har fått ta del av. Vi har därför ett starkt intresse av att kommande generationer ska få samma möjlighet till en förstklassig undervisning. Vi vill med denna uppsats försöka bidra till att utbildningen upprätthåller sin ledande position även i framtiden, genom att anamma koncept och tankar som kan säkerställa en relevant utbildning i toppklass.

Vi vill även rikta ett stort tack till alla personer som hjälpt oss i arbetet med denna uppsats. Framförallt vill vi tacka vår handledare Karl Wennberg för ovärderlig hjälp och rådgivning, de alumner och nuvarande studenter som tagit sig tid att bidra med sina erfarenheter samt de lärare och professorer som bidragit med ett akademiskt perspektiv.



Björn Bergström



Alexander Hjertström

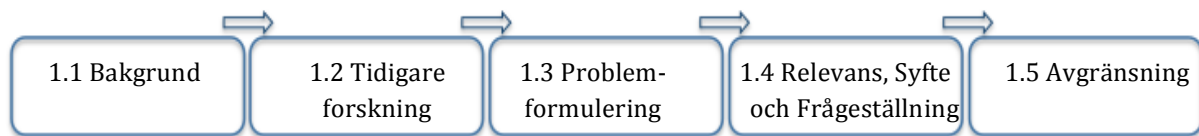
Handelshögskolan i Stockholm

Maj 2012

FÖRORD	1
1. INLEDNING	4
1.1 Bakgrund	4
1.2 Tidigare forskning	6
1.3 Problemformulering	7
1.4 Relevans, syfte och frågeställning	7
1.5 Avgränsning	8
2. METOD	9
2.1 Forskningssyfte	9
2.1.1 Vetenskaplig syn	9
2.2 Forskningsansats	10
2.2.1 Kvalitativ eller kvantitativ metod	10
2.2.2 Deduktiv eller induktiv ansats	11
2.2.3 Explorativ, förklarande eller beskrivande forskning	11
2.2.4 Urval och datainsamling	12
2.2.5 Respondenter	12
2.2.6 Intervjudesign	14
2.3 Forskningskvalitet	15
2.3.1 Validitet	15
2.3.2 Reliabilitet	15
3. TEORI	17
3.1 Allmänt om entreprenörskap	17
3.2 Entreprenörskapsutbildning	18
3.3 Klassisk forskning inom ämnet	18
3.4 Teoretisk grund	20
3.4.1 Målgrupp	20
3.4.2 Pedagogik	20
3.4.3 Stödfunktioner	21
3.4.4 Attityder	21
3.4.5 Kunskaper	21
3.5 Teoretisk modell	22
4. EMPIRI	23
4.1 Bakgrund	23
4.2 Kursplan	24
4.3 Studenternas och alumnernas syn	25
4.3.1 Förväntningar på utbildningen	25
4.3.2 Upplevd utbildning	25
4.3.3 Önskvärd entreprenörskapsutbildning	26
4.4 Akademikernas syn	29
4.4.1 Generella kommentarer	29

5. ANALYS	30
5.1 Analys 1 - Upplevd utbildning	30
5.2 Analys 2 - Önskvärd utbildning	32
5.2.1 Målgrupp	32
5.2.2 Pedagogik	33
5.2.3 Stödfunktioner	34
5.2.4 Attityder	35
5.2.5 Kunskaper	36
6. SLUTSATS	38
7. DISKUSSION	40
7.3 Teoretiskt bidrag	41
8. FÖRSLAG PÅ FORTSATTA STUDIER	42
9. KÄLLFÖRTECKNING	43
10. APPENDIX	46
10.1 Intervjupersoner – Studenter och alumner	46
10.2 Intervjupersoner – Akademiker	48

1. INLEDNING



1.1 Bakgrund

Under de senaste åren har intresset för entreprenörskap fullkomligt exploderat, inte bara i Sverige utan även i övriga världen (From, 2009). Exempelvis har Europeiska kommissionen identifierat entreprenörskap som en nyckelfaktor för att klara av en åldrande befolkning och satsat resurser genom projektet The Innovation Union (Europeiska kommissionen, 2012).

I Sverige signalerade den nuvarande alliansregeringen tidigt att entreprenörskap var ett viktigt fokusområde för landet, vilket bland annat framgår i budgetpropositionen från 2007 där man kan läsa att:

”Sverige skall bli ett av världens bästa länder att starta och driva företag i” (Ds 2007:37)

Samhället har även identifierat entreprenörskap bland unga som en allt viktigare fokusfråga. Att entreprenörskap har fått ett större inflytande bekräftas av bland annat NUTEKs Entreprenörskapsbarometer (2008, ref. Tillväxtverket, 2012), som visar att intresset för entreprenörskap bland unga har ökat de senaste åren. Bland annat visas att fyra av tio ungdomar mellan 18-30 år hellre blir entreprenörer än anställda och att tre av fyra i åldersgruppen kan tänka sig att starta företag.

Konceptet Ung Företagsamhet (UF), som innebär att gymnasieelever får lära sig om entreprenörskap och testa att driva företag inom ramen för undervisningen, har funnits i Sverige sedan 80-talet (Ung Företagsamhet, 2012). Efter de stora framgångarna med koncept som bland annat Ung Företagsamhet har nu entreprenörskap införts i skolplanen som ett prioriterat område i den nya gymnasieskolan. I Regeringskansliets *Strategi för entreprenörskap inom utbildningsområdet* skriver Jan Björklund, Lars Leijonborg och Maud Olofsson bland annat att;

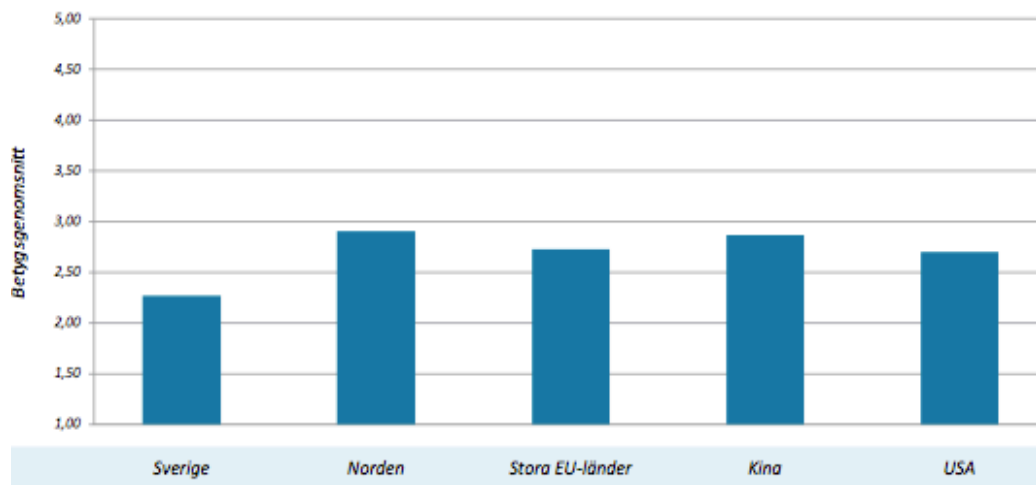
”Eget företagande måste bli ett lika naturligt val som anställning”, ”Utbildning som inspirerar till entreprenörskap kan bidra till att fler unga människor kan och vill starta och driva företag” och att *”Fler företag som bygger på nya idéer är viktigt för att öka sysselsättningen, för att förstärka utvecklingskraften i hela Sverige och för att stärka Sveriges konkurrenskraft i en alltmer globaliserad värld.”* (Regeringskansliet, 2009)

Att inte alla ungdomar startar eget när det är ett så prioriterat område för samhällsekonomi får även det en förklaring i skriften:

”Många ungdomar skulle kunna tänka sig att starta ett företag men tvekar eftersom de inte vet hur man gör eller för att de inte vågar satsa på en egen idé. Utbildning i entreprenörskap bör bidra till att unga utvecklar kunskaper som krävs för att starta och driva företag.” (ibid)

Att entreprenörskap har identifierats vara en nyckelfaktor för tillväxt, sysselsättning och innovationskraft i samhället är alltså tydligt. Men samtidigt finns det stora barriärer för unga att bli entreprenörer. Brist på entreprenörskapsutbildning kan vara en sådan barriär och där rankas svensk entreprenörskapsutbildning lågt i Europa, vilket visas i Figur 1 nedan.

Figur 1. Utbildning och Kompetens – Entreprenörskapsutbildning inom högskola/universitet



Bildtext. Sveriges ranking är enligt experterna bland de absolut lägsta inom entreprenörskapsutbildning. Jämfört med Norden, stora EU-länder (Frankrike, Italien, Spanien, Storbritannien och Tyskland), Kina och USA är det markanta skillnader. Även i en jämförelse med enskilda länder bedöms den svenska högre utbildningen med inriktning på entreprenörskap ligga lågt. (Braunerhjelm et al, 2011)

Satsningar på entreprenörskap bland studenter brukar internationellt sett främst förknippas med handelshögskolor (Europeiska kommissionen, 2008). Detta gör det naturligt att förvänta sig att Handelshögskolan i Stockholm (Handelshögskolan/HHS) ska vara en av de främsta utbildningsaktörerna i Sverige i detta sammanhang.

Vid en första anblick ser det positivt ut då man bland annat beskriver skolan på följande sätt:

*”Handelshögskolan lägger stort värde i affärsmannaskap och **entreprenörskap** och vill uppmuntra ungas kreativitet och passion till att driva igenom idéer till verkliga projekt.”*
(Handelshögskolan, 2012a)¹

Citatet ovan är hämtat från Handelshögskolans kampanjsida för tävlingen Årets Affärskreatör, vilket är en årlig tävling som utser en framgångsrik ung entreprenör till vinnare av en plats på skolans kandidatprogram.

¹ Av uppsatsförfattarna tillagd fetmarkering.

Handelshögskolan lägger resurser på denna tävling och vill profilera sig som en plats där unga entreprenörer kan växa och utveckla sitt affärssinne, för att på så sätt bli mer framgångsrika i sitt entreprenörskap.

Trots att attityderna till entreprenörskap har förbättrats och att samhället i stort har identifierat detta som ett fokusområde, är det fortfarande få studenter som verkligen blir entreprenörer. På Handelshögskolan är detta tydligt då en ytterst liten andel av studenterna startar eget företag direkt efter examen. Istället börjar mer än hälften av alla studenter som går ut från Handelshögskolan arbeta på ett företag eller organisation med över 1000 anställda. Om man studerar Handelshögskolans Placement Report för 2011², som kartlägger nyexaminerade HHS-studenter, arbetade inte en enda kvinnlig respondent som egen företagare och färre än fem procent av de manliga respondenterna (Handelshögskolan, 2012b).

1.2 Tidigare forskning

Entreprenörskap som koncept har exploderat både i den samhälleliga- och akademiska debatten under senare år. I samband med detta har merparten av dagens akademiska entreprenörskapsutbildningar grundats och sedermera utvärderats i forskningssammanhang (From, 2009).

Både utbildning och forskning på området drivs fortfarande främst av USA. Där är bland annat *Kauffman Institute* en av de största akademiska aktörerna som arbetar med att främja och utveckla entreprenörskapsutbildning.

I Europa är området fortfarande relativt nytt. Detta bidrar till att det finns stora mängder initial forskning men få allmängiltiga teoribildningar och skolor. Forskningsområdet är med andra ord fortfarande i högsta grad dynamiskt och uppenbarligen intressant ur flera perspektiv. Området har exempelvis identifierats som så pass viktigt att Europeiska kommissionen (2008) initierat forskningsprojekt som genomlyst hur utbildningen ser ut i Europa och även kommit med rekommendationer om utformning och upplägg.

På universitet och högskolor är integrerad och heltäckande entreprenörskapsutbildning ännu ett relativt ovanligt fenomen, om än på uppgående (From, 2009). Ett antal forskare intresserar sig för ämnet i Sverige men liksom på europeisk nivå saknas ett allmänt accepterat och uttömmande ramverk som verkligen ger rekommendationer kring utvärdering och utformning av effektiv entreprenörskapsutbildning, vilket leder till ett behov av ytterligare forskning. Genom att ta del av olika teorier och forskningsrapporter på området är det dock möjligt att skapa en relativt god förståelse

² Då kandidatprogrammet är ett nyinstituttat program (2007) på Handelshögskolan finns ännu inga siffror att tillgå. Siffrorna från Placement Report 2011 beskriver Civilekonomprogrammet och är den närmast tillgängliga statistiken.

över de generella attribut som bör kopplas samman till entreprenörskapsutbildning på universitets- och högskolenivå.

1.3 Problemformulering

Handelshögskolan i Stockholm lägger, enligt skolan själv, ett stort värde i entreprenörskap och vill uppmuntra studenter till att omvandla idéer till verkliga projekt. Skolan satsar bland annat på tävlingen Årets Affärskreatör samt ingår i samarbetet med entreprenörskapsskolan Stockholm School of Entrepreneurship, SSES, där studenter på Handelshögskolans kandidatprogram kan ta valbara kurser under sitt sista år. Trots detta visar skolans egen uppföljning att endast en bråkdel av studenterna faktiskt blir entreprenörer direkt efter utbildningen (Handelshögskolan, 2012b). Detta är beklagligt då det finns anledning att tro att många skulle kunna lyckas bra som företagare, särskilt med tanke på det nätverk och de kunskaper som skolan menar att studenter får med sig efter utbildningen (Handelshögskolan, 2012c). I ljuset av detta uppstår frågan om hur Handelshögskolans kandidatprogram undervisar entreprenörskap och hur detta uppfattas.

1.4 Relevans, syfte och frågeställning

Som bakgrunden ovan visar har ökad innovationstakt och entreprenörskap identifierats som en nyckel till framtida tillväxt samt en fokusfråga för Sveriges ekonomi. Att kunskaper inom entreprenörskap bara skulle vara bra för en liten del av studenterna har också kritiserats. Forskning visar att den moderna globala arbetsmarknaden gör att dagens studenter ställs inför en arbetssituation som präglas av frekventa byten av karriär, yrke och arbetsort. Detta ställer ökade krav på att dagens studenter ska kunna tänka både lokalt och globalt med ett entreprenöriellt synsätt (Europeiska kommissionen, 2008).

Europeiska kommissionen har identifierat generella utgångspunkter för att bedriva framgångsrik entreprenörskapsutbildning, det vill säga utbildning som syftar till att utveckla entreprenöriella färdigheter (ibid). Dessa är att:

1. Utveckla studenters entreprenöriella intresse och driftighet
2. Lära ut de kunskaper som behövs för att starta och leda ett företag eller projekt
3. Utveckla förmågan att identifiera och tillvarata affärsmöjligheter

Med avstamp i dessa utgångspunkter kommer därmed detta arbete baserat på respondenternas och forskningens perspektiv besvara frågan:

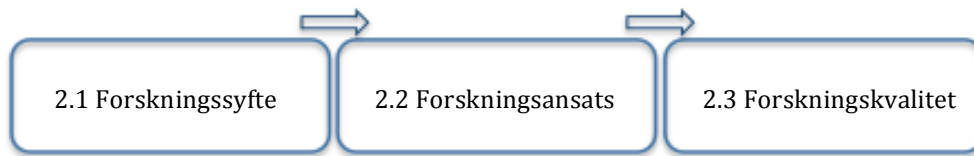
- *Hur upplevs och fungerar entreprenörskapsutbildningen på Handelshögskolan i Stockholm och hur skulle denna kunna förbättras?*

1.5 Avgränsning

Denna uppsats avser genom en fallstudie redogöra för hur Handelshögskolan i Stockholm bedriver utbildning inom entreprenörskap och hur denna uppfattas. I uppsatsen undersöks hur dessa kunskaper tillgodoses inom ramen för **grundutbildningen** på skolans kandidatprogram *Business and Economics*, det vill säga de första två åren innan man väljer inriktning. Anledningen till detta val är dels att flertalet studenter väljer yrke och skriver på jobbkontrakt redan efter de första två åren, men även att det är denna grundutbildning som alla studenter tar del av innan man väljer olika inriktningar.

I och med detta avser undersökningen endast redogöra för hur undervisningen under denna period bedrivs och inkluderar därför inte valbara kurser, inriktningskurser eller kurser inom ramen för masterprogrammet. Uppsatsen behandlar enligt ovanstående resonemang inte heller initiativ från exempelvis studentkåren eller liknande, från skolan skilda, aktörer som riktar sig till skolans studenter.

2. METOD



2.1 Forskningssyfte

Studien syftar till att förstå hur entreprenörskapsutbildning upplevs och fungerar på Handelshögskolan i Stockholm, samt till att ge en fingervisning om eventuella förbättringsmöjligheter. Det är viktigt att val av metod styrs utifrån uppsatsens syfte och frågeställning, vilket avgör vilken ansats en undersökning bör utgå ifrån (Andersen, 1998). I denna uppsats grundar sig problemställningen i att få studenter faktiskt väljer en initial karriär som entreprenör från Handelshögskolan. Metodens syfte blir då att på ett så ändamålsenligt sätt som möjligt undersöka detta samt hjälpa till att besvara frågeställningen:

- *Hur upplevs och fungerar entreprenörskapsutbildningen på Handelshögskolan i Stockholm och hur skulle denna kunna förbättras?*

2.1.1 Vetenskaplig syn

Det finns två generella ståndpunkter kring hur kunskap och vetenskap hänger samman. Dessa vetenskapliga synsätt kallas hermeneutik och positivism. Skillnaden mellan begreppen är att den förstnämnda innebär en humanistisk inriktning där tolkning av det material man får fram har en central roll, och känslor och personliga värderingar får inverka. Dess motsats är *positivism*, en mer naturvetenskaplig orientering där slutsatser ska stödjas med mätningar eller statistik. (Thurén, 2002)

Detta arbete tar sin utgångspunkt i hermeneutik, den humanistiska synen, givet definitionen ovan. Metoden i detta arbete fokuserar på att förstå en kvalitativ undersökning med data från djupintervjuer, vilket innebär att tolkningar baserat på människors uttalanden och handlingar görs. Konsekvenserna av detta för vår studie och design diskuteras nedan under rubriken ”Forskningsansats”.

2.2 Forskningsansats

2.2.1 Kvalitativ eller kvantitativ metod

Om frågeställningen gäller att skapa sig en djupare förståelse för bakomliggande orsaker och mekanismer kring ett fenomen så lämpar sig en kvalitativ metod allra bäst (Andersen, 1998. s 31). Syftet med en kvalitativ metod är att utforska och identifiera egenskaper och karaktärsdrag hos studieobjektet, vilket i det här fallet är entreprenörskapsutbildningen och hur den uppfattas. För att få en högre grad av förståelse om hur *människor* upplever sin omvärld så förespråkar forskarna att närhet används (Bell, 2006). Oftast är kvalitativa studier nödvändiga för problemområden som är vaga, flertydiga och subjektiva, vilka är svåra att direkt mäta. Omvänt så passar en kvantitativ metod bäst när man vill besvara ett forskningsområde genom att mäta och förklara, ofta statistiskt (Silverman, 2010). En kvalitativ ansats anses vara överordnad när syftet är att besvara frågor som ”Hur” och ”Varför”, medan en kvantitativ ansats lämpar sig bättre då statistik ska besvara frågor som ”Hur många” och ”Hur mycket” (Silverman, 2010). En kvalitativ metod kan dessutom bidra till djupare kunskap än den kvantitativa metoden genom att försöka förstå och analysera helheter (Anderson, 1998).

Den här studien ämnar skapa insikter för hur entreprenörskap behandlas och upplevs på Handelshögskolans i Stockholm grundutbildning. Då fokus läggs på att bilda en *förståelse* av dessa upplevelser hos studenter och alumner som går eller gått på HHS, så har en bedömning utifrån resonemanget ovan gjorts att en kvalitativ ansats är mest passande. Denna ansats ger en bredare kunskap och djupare förståelse för hur de olika perspektiven i utbildningen upplevs.

Att välja en strikt kvantitativ ansats i det här fallet, genom att försöka kvantifiera upplevelser, hade kunnat leda till att man förbiser nyanser och detaljer som är svåra att fånga via standardiserade frågor. Med en kvalitativ metod kan man skapa sig insikter genom respondenters exempel och kommentarer, vilka förmodligen hade varit problematiska att fånga upp i en kvantitativ uppsats. En trianguleringsmetods strategi (Andersen, 1998 s.33), vilket är en kombination mellan kvalitativ och kvantitativ ansats där kvantitativ data analyseras och kompletterar den kvalitativa bilden, skulle kunna vara ett alternativt tillvägagångssätt. Med anledning av uppsatsens omfång, längd- och tidsmässigt, så exkluderades detta alternativ. Således är uppsatsen uppbyggd på en renodlad kvalitativ undersökning där djupintervjuer är den primära källan till data, understödd av kursplanen för grundutbildningen på kandidatprogrammet.

2.2.2 Deduktiv eller induktiv ansats

En deduktiv ansats betyder att en hypotes härleds först, för att därefter efterföljas av en empirisk undersökning. En induktiv ansats innebär istället att man tar utgångspunkt i empirin och utifrån denna försöker komma fram till nya teorier (Bell, 2006).

Studien om entreprenörskapsutbildning är baserad på kvalitativa djupintervjuer, vilket gör att verkligheten betraktas ur ett subjektivt perspektiv. Detta medför att en deduktiv ansats inte är lämplig. Samtidigt är insamlingen av empiri till stor del förankrad i ett teoretiskt ramverk, och därför anses den induktiva ansatsen inte heller som en helt passande metod. En abduktiv metod/cirkulär metod, vilket är en blandform av den deduktiva och den induktiva ansatsen, tar sin utgångspunkt i teori och tidigare forskning, för att därefter gå vidare till insamling av empirisk data genom att studera verkligheten med exempelvis djupintervjuer (Andersen, 1998, s. 30). En abduktiv ansats möjliggör för forskare att justera både teoretiskt och empiriskt material under undersökningsperioden, för att uppnå bäst resultat. Det övergripande målet med abduktiv teoribildning är att utveckla en förståelse för underliggande mönster, vilket i detta fall överensstämmer väl med uppsatsens syfte (Alvesson och Sköldberg, 2008). Således har bedömningen gjorts att en abduktiv ansats är mest passande för studien, då den syftar till att just undersöka och förstå entreprenörskapsutbildningen på Handelshögskolan i Stockholm.

2.2.3 Explorativ, förklarande eller beskrivande forskning

Forskning kan genomföras på ett explorativt, förklarande eller beskrivande vis. Explorativ undersökning syftar till att ta reda på orsakssamband för att kunna besvara forskningsfrågan på djupet. Förklarande forskning har som mål att identifiera korrelationer mellan variabler från teori medan deskriptiv forskning har till uppgift att beskriva en situation eller sammanhang (Andersen, 1998).

Denna studie är kategoriserad som en explorativ undersökning som involverar både litteratur och djupintervjuer. Uppsatsförfattarna anser sig undersöka ett specifikt område som saknar allmänt accepterade teorier inom forskningen och avser att med hjälp av en explorativ ansats skapa en bredare förståelse. Vidare är denna metod fördelaktig om problematiken ska identifieras för att möjligheterna inom området senare ska kunna kartläggas (Bell, 2006). Dock är det viktigt att poängtera att denna typ av metod sällan ger svar som kan leda till slagkraftiga generella slutsatser, i och med att urvalet kan anses relativt litet. Resultaten av en explorativ undersökning är vanligtvis inte avgörande eller tillräckliga för beslutsfattande på rak arm men det kan främja insikter i en viss situation (Andersen, 1998, s.19). Detta beror på att en kvalitativ undersökning kan generera indikationer till frågor som ”hur” och ”varför”, men sällan besvara precis ”hur mycket” och ”hur många”.

När man har ett explorativt syfte, vilket är fallet i denna studie, brukar en kvalitativ metod användas för att uppnå det uppställda syftet (Holme och Solvang, 1997). Ett kvalitativt explorativt syfte är av en

mer förstående, än förklarande natur. Därför blir denna metod särskilt lämplig i detta sammanhang, då den ämnar bidra till en djupare förståelse för problemets samband med helheten, som ett förarbete till fortsatta studier (Andersen, 1998, s.19), snarare än att förklara varför situationen ser ut som den gör.

2.2.4 Urval och datainsamling

I kvalitativa studier grundas slutsatserna på hur verkligheten uppfattas och tolkas (Bryman, 2002). Denna studie har grundats på kvalitativa insamlingsmetoder av primärdata genom semistrukturerade djupintervjuer med sexton respondenter. Semistrukturerade intervjuer är konstruerade på så vis att respondenterna fritt kan beskriva hela sitt perspektiv med utgångspunkt från ett antal bestämda frågeställningar (Kvale, 1997).

2.2.5 Respondenter

När man genomför en kvalitativ studie är det viktigt att avgöra hur datainsamlingen ska vara utformad samt att göra en bedömning av hur många respondenter som ska intervjuas. Vid ett för stort antal intervjuer finns risken att det kan bli för mycket information, vilket kan leda till svårigheter när man analyserar data. Motsvarande så finns faran av att intervjuas för få respondenter, då tendenser blir än mer svåra att skönja och slumpen spelar en större roll.

Givet den angivna tidsramen för studien och med hänsyn till uppsatsens omfång gjordes en uppskattning att tio till tolv intervjuer var önskvärdt för att uppfylla studiens syfte. Under insamlingsperioden upptäcktes ett behov av kompletterande information från en akademisk synvinkel för att kommentera de primära intervjuerna och även kommentera teoribildning i Sverige, vilket gjorde att antalet intervjuer ökades till sexton stycken. I en kvalitativ studie är det dock inte antalet intervjuer som är mest relevant utan fokus ligger på innehållet och förståelsen som varje intervju bidrar med, då målet inte är att dra generella slutsatser.

Gällande studenter och alumner var målet att täcka in en diversifierad, men relevant grupp av människor, i den bemärkelsen att de kunde generera resultat som var av betydande vikt för uppsatsen. De parametrar som uppskattades som viktiga för denna typ av spridning var framförallt inskrivningsår, kön och entreprenörskapsfarenhet. De intervjuade studenterna/alumnerna valdes ut efter inskrivningsår (se Appendix), så att deras upplevelser ligger i linje med dagens kursplan. På grund av att kandidatprogrammet är relativt nyinstiftat har det inte varit möjligt att uteslutande intervjuas studenter från det programmet, utan även civilekonomer har intervjuats. Eftersom uppsatsen endast undersöker grundutbildningen, de två första åren, blir detta dock inget större problem då majoriteten av kurserna är desamma för civilekonomprogrammet som kandidatprogrammet.

Urvalet av studenter och alumner grundar sig på att insamlad data ska representera en bredd av entreprenöriellt orienterade deltagare, med såväl mycket framgångsrika företagsledare som entreprenörer som tappat gnistan och valt en annan karriär. Förhoppningen är därför att denna bredd i urvalet kan ge en mer omfattande syn på vad som krävs av utbildningen, samt konkret feedback på utbildningen och kurserna där i. Självklart skulle även ett perspektiv från helt icke-entreprenöriella studenter kunnat vara av intresse för att få en mer allmän syn på utbildningen. Men då uppsatsens mål främst är att söka förståelse för hur utbildningen behandlar och bör behandla entreprenörskap på ett så ändamålsenligt sätt som möjligt, togs beslutet att fokusera på intervjupersoner med erfarenhet av entreprenörskap som kan ge konkreta kommentarer kring vad som faktiskt behövs.

Bakgrunden till att inkludera professorer och akademiker i intervjuerna var att förstärka undersökningens koppling till forskning och teori genom att addera ett akademiskt perspektiv med koppling till just entreprenörskapsutbildning i Sverige och på Handelshögskolan. Detta val gjordes främst för att säkerställa att vald teori var relevant och applicerbar även på det valda studieobjektet, samt för att säkerställa att teori och empiri uppfattats korrekt.

Totalt har sexton intervjuer genomförts varav fyra stycken med kvinnor och tolv stycken med män. Andelen kvinnor kan anses lågt, vilket främst kan förklaras med att det var svårt att hitta kvinnor som kunde passa in i studien. Denna svårighet kan ha sin förklaring i att företagande bland kvinnor i Sverige fortfarande är lågt i relation med många andra länder. En rapport skriven på uppdrag av Svenskt Näringsliv (Bornefalk, 2010) visade att det är fyra gånger vanligare att män driver företag med anställda än att kvinnor gör det. Detta visar framförallt hur viktigt det är att entreprenörskap fortsätter diskuteras och tydliggöras som karriärval. Att andelen kvinnor är låg även bland de intervjuade akademikerna har en liknande förklaring. På Handelshögskolan finns idag endast cirka 10 procent kvinnliga professorer, vilket innebär svårigheter att hitta fler lämpliga intervjuobjekt med kompetens inom området (Handelshögskolan, 2012b).

Samtliga intressenter som har intervjuats ansågs kunna bidra med olika vinklar till förståelse för hur entreprenörskapsutbildningen på Handelshögskolan upplevs. Nedan presenteras respondenterna i kronologisk ordning utifrån när de intervjuades:

Tabell 1 - Intervjuer för studien

Datum	Person	Sysselsättning idag	Företag / Skola
2012-03-20	Malcolm Burenstam Linder	Student	Eventbook/HHS
2012-03-22	Felix Kwick	Styrelseordförande	Bisfront
2012-03-23	Jesper Wallin	VD	Skystep Consulting
2012-03-23	David Dworsky	Styrelseordförande	House of Radon
2012-03-26	Benjamin Kainz	VD	Ung Omsorg
2012-03-27	Nick Larsson	Student	S.T.A.T/HHS
2012-04-01	Nils Nilsson	Vice Rektor	Linnéuniversitetet
2012-04-03	Mai-Li Hammargren	VD	Mutewatch
2012-04-03	Philip Gunnstam	Associate Consultant	Katapult/Bain&Co
2012-04-09	Lukas Duczko	VD	Scrive
2012-04-11	Gregg Vanourek	Entreprenör & Lärare	K12/SSES
2012-04-12	Niklas Adalberth	Vice VD	Klarna
2012-04-12	Sara Rywe	Student	Årets affärs kreatör/HHS
2012-04-16	Anna L Omstedt	VD	MedUniverse
2012-04-24	Rasmus Rahm	Vice VD & Utbildningsansvarig	SSES
2012-04-27	Carin Holmquist	Professor i Entreprenörskap	HHS

Tabell över de 16 personer som intervjuades i undersökningen. För mer utförlig tabell, se appendix.

2.2.6 Intervjudesign

Efter genomgång av forskningsläge och teorier utformades en intervjumall som innefattade de olika perspektiv som den valda teoretiska referensramen var uppbyggd på. Hänsyn togs till att försäkra att frågorna inte var ledande och konkret formulerade så att relevant data kunde insamlas.

Samtliga djupintervjuer gjordes personligen, med undantag för en intervju som skedde över telefon. Intervjuerna följde till en början intervjumallen men avslutades med mer öppna frågor. Detta för att först få svar på standardiserade frågor och sedan ta till vara på möjligheten att få ytterligare perspektiv och uppslag baserade på intervjupersonernas egna erfarenheter och upplevelser. En ytterligare fördel med direkta intervjuer är att intervjuobjekten kan forma svaren efter sina egna åsikter (Silverman, 2010). Vidare spelades alla intervjuer in, efter godkännande från varje person, för att undvika missförstånd och felciteringar.

Majoriteten av intervjuerna varade mellan 45min och 60min. Vid de fall då intervjupersonerna citerats i uppsatsen har citaten skickats till intervjupersonerna för godkännande, för att säkerställa att citatet uppfattades korrekt.

2.3 Forskningskvalitet

2.3.1 Validitet

Då forskare tar avstamp utifrån en viss uppfattning av vilken metod som bör användas finns anledning att återkoppla och granska huruvida denna metod är den mest lämpliga. Validitet syftar till att kontrollera giltighet och relevans (Andersen, 1998). Då definitionsvaliditet inte direkt går att mäta måste man använda sitt omdöme och reflektera samt att argumentera över resultaten. Eftersom denna studie är kvalitativ och främst baserad på data från intervjuer, vilket speglar en subjektiv verklighet, finns anledning att tolka resultaten med en lägre validitet än vad kvantitativa studier gör. Anecdotalism är en engelsk term som symboliserar fenomenet när en kvalitativ undersökning lyfter fram de passande delarna från data och medvetet undviker att förstå att ett objektiva perspektiv saknas (Silverman, 2010) Det kan således finnas belägg för att ifrågasätta studiens tillförlitlighet i viss mån. (Bryman, 2002).

Givet ovanstående resonemang valdes intervjupersoner med jämförbara entreprenöriella- och studierelaterade erfarenheter ut, för att nå så hög validitet som möjligt. De utvalda personerna kontaktades i god tid innan intervjun. De fick ta del av bakgrunden till undersökningen i förväg med förhoppning om att förståelse för ämnet skulle medföra en högre validitet. Slutligen erbjöds även alla respondenter möjligheten att återkoppla med förtydligande svar och uppföljning av resonemang, vilket kan minimera risken för felkällor och anecdotalism.

2.3.2 Reliabilitet

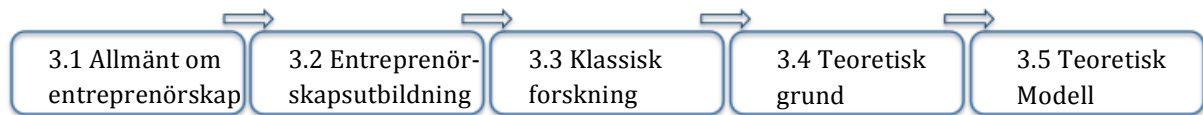
Reliabilitet anger i hur hög grad resultaten från en mätmetod påverkas av tillfälligheter, eller hur säkert och exakt de mäter vad som faktiskt ska mätas (Andersen, 1998, s.85). Inom kvalitativ forskning kan man inte skatta tillförlitligheten med siffror och därför får man granska data på andra sätt. Eftertraktat är att upprepade studier inom området ska peka på liknande resultat och inte avvika markant (Silverman, 2010, s.286).

Eftersom denna studie är en fallstudie på Handelshögskolan i Stockholm är reliabiliteten av naturliga skäl låg, då det blir svårt att extrahera några generella slutsatser på ett relativt litet urval. Valet av respondenter har dock avsiktligt valts med omsorg från en grupp som är relevant för problemområdet,

vilket gör att resultatens trovärdighet ökar. Möjligheten att kunna lagra data ökar också reliabiliteten (Silverman, 2010), något som denna studie har kunnat göra eftersom alla intervjuer har spelats in. Därmed finns det möjlighet för en extern läsare att göra en egen tolkning av data.

Tanken att fånga ett ännu bredare perspektiv genom att intervjua fler personer fanns självklart, men ansågs olämpligt med tanke på uppsatsens begränsade omfattning. Ytterligare en faktor att ta hänsyn till är att resultatet kan påverkas över tid, då intervjupersoners uppfattning kan förändras över tid. Dock finns en förhoppning att denna risk är låg, eftersom respondenterna i de flesta fallen blickar tillbaka på en händelse som redan inträffat.

3. TEORI



3.1 Allmänt om entreprenörskap

För att kunna förstå *varför* entreprenörskapsutbildning skulle kunna vara viktigt för Handelshögskolan i Stockholm är det en nödvändighet att förstå *vad* begreppet innefattar. Etymologiskt kommer ordet *entreprenör* från franskan och är sammansatt av ”att göra entré” och att ”ta för sig, gripa tag i”. Detta visar den företagsamma attityden och viljan att förändra och göra skillnad (Nilsson, 2010). Både litteratur och forskning påvisar dock en avsaknad av enighet och en allmänt accepterad definition av *entreprenörskap*. Bland de första definitionerna nämns fadersgestalten inom *entreprenörforskning* Joseph A. Schumpeters begreppsförklaring. Där beskrivs *entreprenörskap* som en innovationsfunktion, genomförandet av nya kombinationer. *Entreprenörskapsfunktionen* kan fullgöras av en individ, men också av en organisation, en institution eller annan gruppering (Schumpeter, 1994).

En mer moderniserad definition på *entreprenörskap* som lärs ut i kurser på Stockholm School of Entrepreneurship är:

”Creating an innovative enterprise that generates value.” – Gregg Vanourek, lärare, serieentreprenör och författare, KTH

Som konstateras ovan påvisar *entreprenörskap* en bred variation gällande både vad det är och vad det betyder. Trots denna tvetydighet finns dock gemensamma grundläggande nyanser. Oavsett vad *entreprenörskap* tillskrivs för betydelse och funktion, finns det i princip alltid ett fundamentalt ekonomisk/kommersiellt värde i definitionerna (From, 2009). Primärt då att starta nya företag, men som i det långa loppet innebär ekonomisk tillväxt, ökad sysselsättning och/eller höjd levnadsstandard (Holmgren och From, 2005).

För att förverkliga visioner om ökat företagande krävs ett antal mekanismer i samhället. En fundamental mekanism i sammanhanget är utbildning i allmänhet och *entreprenörskapsutbildning* i synnerhet.

3.2 Entreprenörskapsutbildning

“Most of what you hear about entrepreneurship is all wrong. It’s not magic; it’s not mysterious; and it has nothing to do with genes. It’s a discipline and, like any discipline, it can be learned.” – Peter F. Drucker (Volkman, 2009)

Ett mycket omdiskuterat ämne inom forskningen är huruvida entreprenörskap kan läras ut inom ramen för högskoleutbildning. Den traditionella uppfattningen har länge varit att entreprenörskap är något man föds till och kan således inte läras ut (Gartner, 1988). Detta synsätt vidareutvecklades då universitet började införa kurser om entreprenörskap, ur ett teoretiskt och akademiskt perspektiv. En väsentlig del av den senare forskningen pekar dock på att entreprenörskap faktiskt *kan* undervisas, men betonar vikten av *hur* detta ska göras utifrån ett pedagogiskt synsätt.

De första entreprenörskapskurserna tillräknas Harvard University på 1940-talet (From, 2009), med vikt på den ekonomiska funktionen för samhället. Under 70-talet spreds dessa kurser till Europa och under början av 2000-talet exploderade omfattningen av entreprenörskap för att idag beröra hela utbildningssystemet på en global nivå (ibid). Trots denna vetenskap dominerar uppfattningen att entreprenörskapsutbildning är en alltför suddig och perifer del bland dagens universitet. Dessutom så är samhället mer dynamiskt och står inför konstanta förändringar, vilket gör att komplexiteten hela tiden ökar inför arbetslivets utmaningar.

3.3 Klassisk forskning inom ämnet

Entreprenörskap inom utbildning är i jämförelse med mer etablerade discipliner ett nytt koncept. Därför kan man fortfarande skönja en viss skepticism mot dess intåg i den akademiska världen då det fortfarande finns en utbredd uppfattning om att entreprenörskap inte kan läras ut, utan att det är något man är född till att bli (Gartner, 1988). Även om man kan ha bättre eller sämre förutsättningar för att bli entreprenör, har många forskare pekat på att man absolut kan öva upp sin entreprenörskapsförmåga genom erfarenhet och kunskaper. I Sverige har detta bland annat visats i en uppföljning av UF-företagare som utförts av Karl Wennberg och sammanställts i rapporten *Övning ger färdighet?*. I denna visas tydligt de skillnader som deltagande i UF ger. Man kan bland annat se att det är 20 procents större sannolikhet att före detta UF-deltagare startar företag under den tidiga delen av sin karriär jämfört med befolkningen i övrigt samt att företagen som startas även är större än kontrollgruppens (Wennberg, 2011).

Vad gäller just ekonomiutbildningar pekar utvärderingar och forskning om handelshögskolor och klassiska ekonomutbildningar ofta på att studenterna utbildas till att bli anställda specialister och

chefer i större organisationer. Utbildningarna fokuserar ofta på att göra studenterna anställningsbara och attraktiva för redan etablerade företag, snarare än att utbilda dem inom affärsmannaskap eller för att själva kunna identifiera affärsmöjligheter och driva dessa vidare (Solomon, 1989; Johannisson 1991).

Som en motvikt till detta klassiska utbildningssätt har många handelshögskolor i framförallt USA inkorporerat entreprenörskap i utbildningen i större skala under slutet av 1900-talet och i början av 2000-talet. Detta har efterhand blivit alltmer populärt även i Europa och lett till en markant ökning av kurser och strategier för att främja entreprenörskap (From, 2009). Att det finns en samhällsnytta i att främja entreprenörskap bland toppstudenter har även det en tydlig bas i forskningen. Som Wennberg (2011) skriver pekar forskning entydigt på att ett företags utveckling är positivt korrelerat med utbildning, då företag utvecklas bättre i termer av överlevnadsgrad, lönsamhet och tillväxttakt ju högre och längre utbildning som grundaren har.

På grund av att forskningsområdet är relativt nytt och ständigt utvecklas, samt att alla utbildningsinstitutioner har olika förutsättningar, finns det inte någon standardiserad modell för att bedriva entreprenörskapsutbildning. Olika forskare kommer med olika rekommendationer och någon konsensus eller tydliga skolor inom området är därför svåra att skönja (Gibb, 2002). Däremot finns det teoribildning som beskriver bland annat så kallad *best practice* (Europeiska kommissionen, 2008). Dessa ger även rekommendationer kring hur utbildningen ska vara upplagd för att främja entreprenörskap så effektivt som möjligt, baserad på empirisk undersökning.

En oerhört erkänd och flitig forskare inom entreprenörskapsutbildning är professor emeritus Allan Gibb från Durham University, som förutom att ha publicerat ett femtiotal artiklar i ämnet även har verkat som expert inom flertalet utredningar både nationellt och internationellt (Gibb, 2012).

Förutom Gibb har även Europeiska kommissionens särskilt tillsatta expertpanel haft en betydande inverkan på området. Expertpanelen, bestående av 29 framstående forskare och akademiker inom området från 28 europeiska länder, gavs i uppgift att kartlägga och analysera hur universitet och högskolor i EU arbetade med entreprenörskap i utbildningen (Europeiska kommissionen, 2008). Rapporten fokuserade på entreprenörskapsutbildningar inom andra typer av utbildningar än de som bedrivs vid handelshögskolor, men tar upp många generella aspekter kring vad som är viktigt för en entreprenörskapsutbildning och bidrar med en extensiv genomgång av olika typer av praktiker.

3.4 Teoretisk grund

Den slutrapport som Europeiska kommissionens expertpanel redovisade samt Professor Gibbs teoribildning ligger till primär grund för den teoretiska referensramen i denna uppsats. Denna har kombinerats i en modell vidareutvecklad från Professor Jörgen Froms forskning (From, 2009). Tillsammans skänker dessa forskare både en övergripande och konkret bild som väl kan appliceras på de förutsättningar som gäller för Handelshögskolans kandidatprogram. Detta då de tillsammans konkretiserar både hur entreprenörskapsutbildning bör läggas upp generellt men även vad som gäller mer specifikt för handelshögskolor. Den teoretiska referensramen bygger på fem övergripande termer som förklaras nedan för att sedan mynna ut i den modell som detta arbete bygger på.

3.4.1 Målgrupp

Entreprenörskapsutbildning syftar till att få studenten att tänka mer entreprenöriellt. Forskning har visat att detta är av stor vikt på dagens globala arbetsmarknad som präglas av mer frekventa byten av karriär, yrke och arbetsort. Detta ställer ökade krav på att dagens studenter ska kunna tänka både lokalt och globalt med ett entreprenöriellt synsätt (Europeiska kommissionen, 2008). Att entreprenörskap bör introduceras tidigt poängteras av bland annat Europeiska kommissionens expertgrupp (2008). Anledningen till att det är viktigt att det finns med redan tidigt på kandidatprogrammet är att studenter i och med Bolognaprocessen ska vara färdiga att gå ut i yrkeslivet efter kandidatprogrammet, som ska betraktas som en fullvärdig yrkesförberedande utbildning i sig (ibid).

I debatten om entreprenörskapsutbildning har tanken tidigare varit att ett fåtal drivna individer blir entreprenörer och att utbildningsinsatser därför ska riktas mot dessa. En mer modern idé är att entreprenörens verktygslåda är en viktig resurs även för andra för att klara sig bra i dagens mer komplexa och föränderliga arbetsklimat, vilket motiverar en större målgrupp (Gibb, Haskins och Robertson, 2009).

3.4.2 Pedagogik

Forskning visar tydligt att entreprenörskapsutbildning måste bedrivas på ett anpassat sätt för att ge önskvärt resultat. Bland annat visades detta tydligt i Europeiska kommissionens rapport där experterna inte alls tar upp klassiska föreläsningar som en framgångsrik komponent i utbildningen utan trycker på praktiska övningar såsom caselösning, affärsidétävlingar och dylikt. Konceptet entreprenörskapsutbildning utmanar klassiska utbildningar inom exempelvis ekonomi genom att vara helt tvärvetenskapligt och ofta fokusera på praktiska inslag (Europeiska kommissionen, 2008). Forskare identifierar även vikten av att instruktörerna har egen erfarenhet från entreprenörskap, helst både praktiskt och akademiskt, för att säkerställa att deltagarna får en så realistisk och välgrundad utbildningsupplevelse som möjligt (ibid).

3.4.3 Stödfunktioner

Stödfunktioner är strukturer som syftar till att praktiskt underlätta för entreprenörskap. Detta inkluderar främst inkubatorer, mentorskapsprogram, uppstarts dagar, entreprenörsnätverk, investerarnätverk och dylikt. Dessa identifieras av forskare som en viktig komponent i att skapa en effektiv entreprenörskapsutbildning då de kan facilitera det intresse som byggs upp och säkerställa det stöd som kan behövas för att omvandla en idé till handling. Dessa ger även skolorna en möjlighet att skapa starkare band till alumner som nu är entreprenörer, genom att bjuda in dessa till att fungera som mentorer, föreläsare och dylikt (Europeiska kommissionen, 2008).

3.4.4 Attityder

Attityder kring entreprenörskap nämns ofta som en av barriärerna till varför inte fler unga väljer att fullfölja entreprenörskapsdrömmar. Dels ser många risken att misslyckas som en barriär med den upplevda skam som ett misslyckande kan anses föra med sig. Men Europeiska kommissionens expertgrupp (2008) identifierade även en negativ bild av entreprenörer och en avsaknad av positiva förebilder som en av barriärerna hos unga. Detta visar på vikten av att arbeta aktivt med attityder och att tydliggöra de positiva exempel som finns i alumninätverk och liknande. Något som är viktigt för arbetet med attityder är att man framförallt ska upplysa och lyfta fram olika aspekter, både negativa och positiva, för att deltagarna själva ska kunna bilda sig en uppfattning om entreprenörskap.

3.4.5 Kunskaper

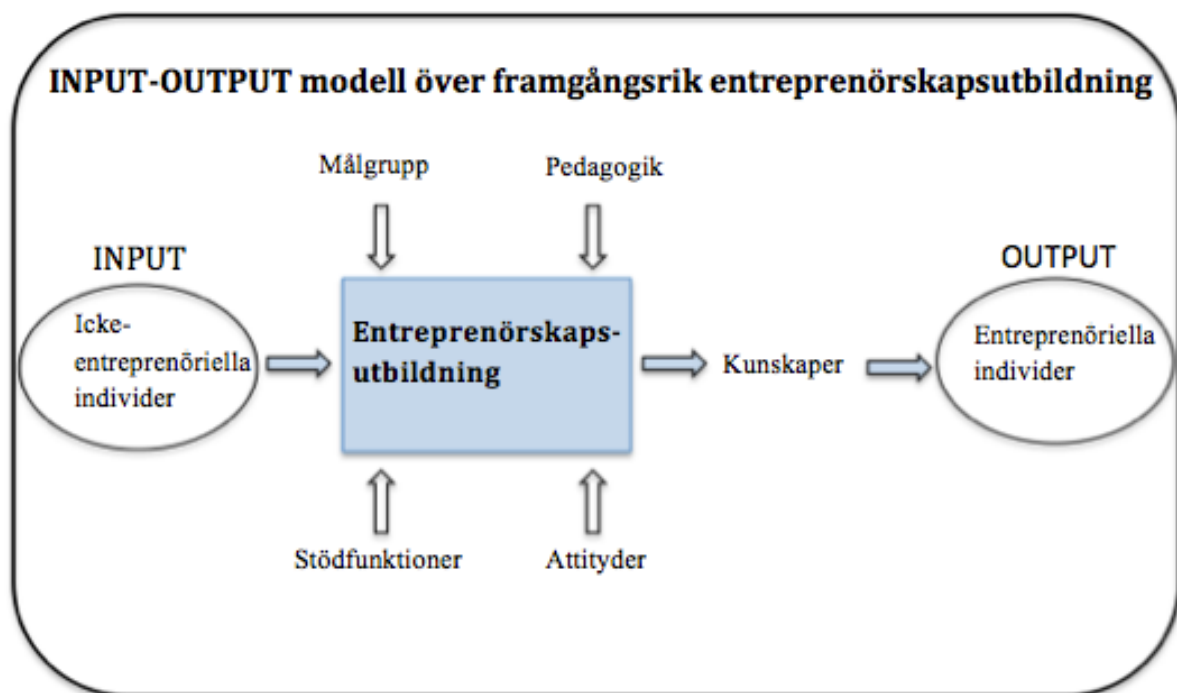
De kunskaper som en effektiv entreprenörskapsutbildning ska ge deltagaren enligt forskningen kan kopplas till affärsmannaskap (NUTEK, 2008). För att bli en framstående entreprenör måste man vara en god affärsman/kvinna som både kan upptäcka möjligheter och sedan agera på dessa utifrån ett affärsperspektiv (Europeiska kommissionen, 2008). För att uppnå detta behövs en stödjande struktur av de ovan nämnda termerna, vilket gör att kunskaper blir en typ av samlingsbegrepp för det som utbildningen ska leverera till deltagarna.

Många forskare har egna teorier om just vilka kunskaper som ligger till grund för ett bra entreprenörskap vilket gör att det inte finns något universellt accepterat ramverk att tillgå. En kunskap som är ständigt återkommande i litteraturen är problem- och möjlighetsidentifiering. Med detta menas förmågan att kunna se problem som kan vändas till möjligheter för entreprenören, genom att finna en lösning på problemet. Utöver detta brukar forskning även nämna bland annat ledarskap, nätverkande, kritiskt tänkande, säljförmåga, kreativitet och tidsplanering som extra viktiga för en entreprenör (Europeiska kommissionen, 2008; Gibb, 2002; Kirby, 2004).

3.5 Teoretisk modell

Många forskare menar att entreprenörskapsutbildning är ett så pass nytt och annorlunda fenomen att klassiska modeller inte är tillräckliga för att förklara utbildningen på ett överskådligt sätt (Heinonen och Poikkijoki, 2006). Detta kritiseras dock av bland annat From (2009), som visar att en klassisk input-output modell kan ge en tydlig bild av hur forskare menar att utbildningen ska läggas upp.

Nedanstående modell används därför som primärt teoretiskt ramverk genom detta arbete. Modellen är en vidareutveckling av Froms teori och inkluderar de gemensamma grunddrag som redovisats i termerna ovan. Modellen bidrar med en överblickbar struktur kring element som forskare identifierat som viktiga för framgångsrika entreprenörskapsutbildningar och hur de kan förbättra deltagarnas entreprenöriella förmåga. Viktigt att tänka på när man applicerar modellen är att olika studenter har olika förkunskaper och attityder till entreprenörskap vilket kommer att påverka till vilken grad utbildningen har effekt.



Bildtext. INPUT-OUTPUT-modellen för framgångsrik entreprenörskapsutbildning ligger till grund för ramverket i denna studie.

4. EMPIRI



4.1 Bakgrund

Innan 2000-talet ansågs entreprenörskap vara ett relativt obetydligt ämne och inget som lämpade sig för undervisning på Handelshögskolan i Stockholm (Holmquist, 2012-04-27). I och med det tilltagande intresset utifrån så beslöt sig skolan för att göra ett försök att implementera mer entreprenörskap i undervisningen. År 2001 anställdes Professor Carin Holmquist från Umeå Universitet, med uppdrag att utveckla entreprenörskapsinslagen i utbildningen på Handelshögskolan. Holmquist hade som doktorand forskat mycket inom just entreprenörskap och var övertygad om att det var en viktig grundpelare för en förstklassig universitetsutbildning. I och med detta arbetade hon aktivt för att starta kurser inom entreprenörskap. Utöver detta var Holmquist även delaktig i att starta upp Handelshögskolans Business Lab, som är en inkubator och stödfunktion för studenter som intresserar sig för att driva egna företag.

I takt med att skolans ekonomi försämrades så ströps resurserna åt (ibid) och entreprenörskapsimplementeringen blev lidande. Om en ny kurs skulle införas behövdes en äldre tas bort för att en ny skulle få komma till skott, vilket komplicerade Holmquists uppdrag.

Vid en tillbakablick på vad som åstadkommit menar Holmquist ändå att Handelshögskolan håller en relativt hög klass när det kommer till entreprenörskapsutbildning sett ur ett svenskt perspektiv, men att den samtidigt kunde vara mycket bättre. Idag finns en separat avdelning på skolan som forskar om entreprenörskap. Dessutom har Business Lab växt och är välfungerande samt att ett nytt samarbete, Stockholm School of Entrepreneurship (SSES), är i full gång. Det sistnämnda säger Holmquist är en ny arena där man kan fortsätta experimentera fram nya kurser. Holmquist ser ljus på framtiden och är beslutsam med att fortsätta arbeta för ytterligare inflytande av entreprenörskap på skolan.

”Få grupper i det svenska samhället har så många skickliga individer som är lämpade att starta eget företag. Handels ruvar på en ofantlig potential. Därför är entreprenörskapsutbildning oerhört viktigt och nu mer än någonsin förut” – Carin Holmquist, Professor i Entreprenörskap, HHS

4.2 Kursplan

Handelshögskolan i Stockholm rankas som en av de främsta handelshögskolorna i Europa och i toppen i Norden (Financial Times, 2012). Idag erbjuds två program i Stockholm; kandidat- och mastersprogram. Som tidigare nämnts ämnar denna uppsats studera grundutbildningen på programmet, vilket är de två första åren på kandidatprogrammet.

I beskrivningen av kandidatprogrammet, *Business and Economics*, framgår att undervisningen är starkt forskningsbaserad och att den erbjuder en bredd av möjligheter. Därtill omnämns entreprenörskap som en av karriärmöjligheterna (Handelshögskolan, 2012c).

Programmet innehåller en rad baskurser inom ekonomi och företagande det första året. År två dyker några av kurserna in mer på djupet samt att en rad nya kurser tillkommer. Sista året väljer studenterna inriktning samt skriver sin uppsats. Utöver detta ingår även så kallade ”valbara” kurser den sista terminen.

Tabell 2 - Ekonomie Kandidatprogram, Business and Economics (3år, 180HP)

År 1	År 2	År 3
Marknadsföring - 210	Management: Organisering* - 191	Specialisering 1 & 2 inom följande;
Mikroekonomi - 404	Finansiell Ekonomi – 313	Management - 610
Ekonomisk statistik 1 - 601	Internationell Ekonomi - 700	Marknadsföring - 620
Rättsvetenskaplig introduktionskurs - 317	Redovisning och Finansiering – 302	Redovisning - 630
Ekonomisk statistik 2 - 602	Management; Ledning & Ledarskap – 192	Finansiell Ekonomi - 640
Inledande redovisning - 301	Makroekonomi – 407	Nationalekonomi - 650
Marknadsföring 2 - 211	Strategi & Integrerad Ekonomi – 730	Två valfria kurser
Ekonomisk Analys & Styrning - 300	Tillämpad Ekonomi/Finansiell Ekonomi 2 - 409/314	Uppsats

* Denna kurs ska enligt kursbeskrivningen ta upp ämnet *entreprenörskap*.

Inom ramen för de obligatoriska kurserna under de två första åren i programmet är det främst *Management: Organisering 191* som enligt kursbeskrivningen erbjuder moment inom ämnet *entreprenörskap*. Dock undersöks hela programmet eftersom *entreprenörskap* potentiellt kan ta sig uttryck inom alla kurser i viss mån.

4.3 Studenternas och alumnernas syn

4.3.1 Förväntningar på utbildningen

Vid intervjuerna fann vi en gemensam tendens bland de intervjuade att de har kommit i kontakt med entreprenörskap innan de påbörjade studierna vid Handelshögskolan. Majoriteten hade varit med och drivit entreprenöriella projekt eller startat företag och därmed fått upp ögonen för entreprenörskap redan innan de sökte till skolan. Även majoriteten medger att avsikten med att söka sig till skolan var för att förbättra dessa kunskaper och slipa på färdigheter, med förhoppning om att ha större chans att lyckas som entreprenör i framtiden.

”Båda mina föräldrar har mer eller mindre hållit på med entreprenörskap, mina mor- & farföräldrar likaså. Business har alltid varit ett debatterat ämne vid matsalsbordet och självklart tror jag det har varit av stor betydelse för var jag är idag” – David Nilsson Dworsky, grundare av House of Radon

Några nämnde att det var skolans välrenommerade rykte som var den huvudsakliga anledningen till valet. Ett fåtal sa samtidigt att det var den gedigna utbildningen som sådan och de kunskaper inom ämnet ekonomi som lockade. Förväntningen på skolan var både många och höga. Sammantaget lyftes framförallt nätverk, legitimitet och kunskaper fram som de största förväntningarna.

4.3.2 Upplevd utbildning

Respondenterna upplever att utbildningen generellt är väldigt bra. Därtill omnämns just det fantastiska nätverket, både med studenter och näringslivet, och även hög akademisk nivå på utbildningen.

Den mer negativa aspekten var avsaknad av vissa praktiska kunskaper, därtill omtalas just entreprenörskap. Många lyfte fram att de knappt hade upplevt någon entreprenörskapsutbildning överhuvudtaget, i motsats till vad många förväntade sig av en handelshögskola. Detta medförde att attityder och intresse för entreprenörskap i vissa fall svalnade, vilket ledde till negativ påverkan på deras vilja att driva eget. Två av respondenterna var mycket tydliga med att deras passion för entreprenörskap minskade efter att de började på Handelshögskolan. De flesta tror att det har att göra med den breda exponering som finns mot andra karriärmöjligheter och hur inlemmat detta är i utbildningen med exempelvis gästföreläsningar och konkreta exempel.

”Innan jag började på Handels fanns inget annat än att driva eget företag. Efter ett år på utbildningen fann jag mig själv anställd på ett företag med mer än 150 anställda. Jag insåg att ju längre jag gick på Handels desto mer suddiga blev mina drömmar om entreprenörskap.” – Nick Larsson, Vinnare av SM i Ung Företagsamhet 2008 med företaget S.T.A.T.

Det undersöktes även huruvida respondenterna upplevde de kunskaper de fått från HHS som relevanta och användbara i sina yrkesroller. De tre viktigaste kunskaperna enligt respondenterna var:

1. Problemlösningskunskap
2. Tidsplanering
3. Akademisk bredd

För att förstå varför inte fler studenter väljer entreprenörskap som primär karriärväg undersöktes även vilka hinder som kan finnas mellan viljan att starta företag och att faktiskt göra det. Det som respondenterna primärt tagit upp som de största barriärerna är i rangordning:

1. Brist på grundläggande förståelse och kunskap
2. Brist på tidigare erfarenhet
3. Risker och höga alternativkostnader
4. Status

4.3.3 Önskad entreprenörskapsutbildning

Ansatsen för denna del är att försöka förstå hur entreprenörskap lämpligast och mest effektivt integreras på Handelshögskolan i Stockholm. De intervjuade personerna ombads spekulera i vad de tror är det bästa möjliga upplägget för entreprenörskapsutbildning, utifrån den teoretiska modellen.

Målgrupp

Respondenterna har angett att de tror att det bästa är om en entreprenörskapskurs ges i ett tidigt stadium, första eller andra året på grundutbildningen. Detta då ett sådant upplägg troligen skulle öka chansen till att fler ser entreprenörskap som en legitim karriärväg, samt för skapa eller behålla ett intresse för ämnet. Ett fåtal spekulerade även i om entreprenörskap borde genomsyras i hela programmet i de olika kurserna. Majoriteten tyckte dock att en separat kurs var lämpligare och mer effektiv, eftersom de såg bekymmer med lärare som inte är tillräckligt insatta i just entreprenörskap inte är tillräckligt kvalificerade att undervisa inom området. Vidare tyckte de att kursen borde vara inkluderad i det obligatoriska programmet, det vill säga, innan inriktningarna. Några nämnde även att

mer specialiserade kurser inom entreprenörskap bör ligga som valbara kurser men att de grundläggande kurserna bör erbjudas alla.

”Jag läste en entreprenörskapskurs i Chicago och jag tror verkligen den typen av kurs skulle kunna passa på Handelshögskolans kandidatprogram. Jag tror att de kunskaper man får ifrån en sådan kurs kan vara till användning för alla typer av yrken. Det är ett flertal moment från den kursen som jag även använder som konsult idag.” – Philip Gunnstam, grundare av Katapult, nu Associate Consultant på Bain & Company

Pedagogik

Entreprenörskap som ämne tros kräva en annan typ av pedagogik. Alla som intervjuats poängterar att det inte bör vara så kallad traditionell undervisning med föreläsningar eller alltför akademisk. Istället nämndes det att det bör vara som en enskild kurs där olika praktiska moment som att ringa kunder och sälja produkter introduceras, blandat med ett akademiskt filter av olika moduler som exempelvis säljteknik, förhandlingsteknik, presentationsteknik och teamwork. Utöver detta nämndes även att examination bör skilja sig från traditionella kurser, där tentor nämns som ett exempel på svårighet. Istället borde examination ske i form av mer praktiska övningar och verkliga projekt.

”Säg att Tiger Woods skriver en bok om den perfekta golfsvingen. De som läser den får ändå inte automatiskt hans sving. Samma teori gäller för entreprenörskap, man kan inte läsa en akademisk teori om hur man blir entreprenör, man måste få mer praktiska kunskaper som verkligen ger en verktygslåda som man kan jobba med” – Felix Kvick, grundare av Bisfront

Stödfunktioner

Tankarna kring Business Lab var mestadels positiva. De intervjupersoner som suttit där har upplevt att det mest betydelsefulla från Business Lab är att man får ett fysiskt kontor, eftersom det skänker en legitimitet som är svår att uppnå annars. Även miljön har omnämnts i positiva ordalag, då man får inspiration och kan diskutera och dela motgångar, framgångar och idéer. Ett fåtal har även nämnt att de uppskattat den rådgivning och hjälp som erbjuds inom exempelvis juridik och redovisning.

”Business Lab är en bra startmotor. Den hjälper till att kicka igång maskineriet och erbjuder en miljö att jobba i. Även kunskapsmässigt så lärde jag mig mer entreprenöriella kunskaper från labbets utbildning på cirka 12 timmar än vad jag gjorde på hela Handels kursutbud” – SSE Business Lab-alumn

Attityder

Majoriteten av de intervjuade studenterna och alumnerna har under sin ungdom haft direkt koppling till entreprenörskap genom familj eller vänskapskrets. De medger att detta till stor del bidragit som en inspirationskälla och för de flesta har det varit en viktig del i deras intresse för att driva eget. En annan tydlig faktor som avgör attityden till entreprenörskap är erfarenhet. Även en klar majoritet av studenterna och alumnerna hade startat eller drivit ett företag eller entreprenöriellt projekt innan de började på Handelshögskolan. Entreprenöriella projekt definieras i det här fallet som att man har initierat ett projekt, oberoende av storlek, och drivit det till något förutbestämt mål. I intervjuerna framkommer allt ifrån anordnande av skidresor till små företag.

”Redan som ung visste jag att jag ville driva mitt eget. Som 16-åring öppnade jag ett gatufik på Öland och det kom liksom naturligt att fortsätta. Projekten växte i takt med att jag blev äldre” – David Nilsson Dworsky, grundare av House of Radon

Ung Företagsamhet är en annan viktig källa som lyfts fram. Nästan hälften av de intervjuade började redan i gymnasiet med företagande och då genom så kallade UF-företag. Erfarenheten från dessa projekt har genererat både inspiration och kunskap som främjat intresset för entreprenörskap.

Huvudparten tror att attityder kan vara svåra att ta upp direkt i undervisningen och menar istället att skolan skulle kunna försöka erbjuda möjligheter till studenter att själva forma sin egen uppfattning och förhållningsätt till entreprenörskap. Intervjupersonerna pratar exempelvis om gästföreläsningar och interaktiva moment som möjliga sätt att nå detta. Som utbildningen ser ut nu menar respondenterna att den är starkt kopplad till att tydliggöra anställning som karriärväg, främst i stora organisationer, genom att bjuda in sådana organisationer som gästföreläsare, ”experter” och deltagare i olika paneler.

Kunskaper

Det fanns en entydig åsikt om att entreprenörskap *kan* läras ut. Det poängterades dock att vissa har bättre förutsättningar än andra, på grund av till exempel personliga egenskaper. En intressant aspekt är att försöka förstå vilka kunskaper från utbildningen som faktiskt har visat sig användbara i yrket som entreprenör samt vilka kunskaper som hypotetiskt sätt skulle kunna ha varit användbara i yrkesrollen. Kunskaper som respondenterna upplevde att skolan idag tillhandahöll i god mån är kartlagda under rubrik 4.4.2 ”Upplevd utbildning”. De kunskaper som de intervjuade personerna saknade i utbildningen och har lyfts fram som särskilt viktiga presenteras nedan i rangordning;

1. Säljteknik

2. Kommunikationsteknik (Presentations-, Övertalnings- & Förhandlingsteknik)

3. Kreativitet (Problemidentifiering, Problemlösning & Innovationsförmåga)

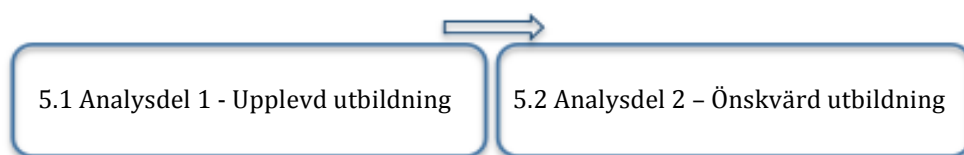
4.4 Akademikernas syn

4.4.1 Generella kommentarer

Akademikernas syn togs med för att bekräfta att teorin är applicerbar på undersökningen och för att få kommentarer på de undersökta områdena. Samtliga intervjuade akademiker är aktiva som forskare eller instruktörer inom entreprenörskap i Sverige och tre av fyra har en direkt koppling till Handelshögskolan i Stockholm eller Stockholm School of Entrepreneurship.

Det första området var att förstå bakgrunden till entreprenörskapsutbildning och deras attityd till detta. En mer filosofisk fråga riktades till akademikerna, huruvida människor föds till att bli entreprenörer eller om det är något man blir utifrån sin omgivning. Samtliga menade att oavsett egenskaper kan man med hjälp av entreprenörskapsutbildning utvecklas och få bättre förutsättningar att lyckas som entreprenör. Detta är en relativt ny syn inom forskningen, då många tidigare menat att medfödda egenskaper är nyckeln till framgång inom entreprenörskap. Samtliga akademiker understryker även att det finns en tydlig korrelation mellan de personer som tidigt exponeras för entreprenörskap, antingen via inspiration från förebilder eller från olika typer av entreprenöriella erfarenheter, och de som väljer att starta eget. Således var deras generella anmärkning att entreprenörskap blir mer och mer viktigt i dagens samhälle och således bör ha en större roll i utbildningen, framförallt på en ledande utbildningsinstitution som Handelshögskolan i Stockholm.

5. ANALYS



Som visats tidigare i denna uppsats är entreprenörskap en fundamental del av dagens samhälle och behövs för att driva utveckling och tillväxt. Den forskning som redogjorts för i denna uppsats visar tydligt att man med hjälp av utbildning kan bli bättre på entreprenörskap och att högutbildade som startar företag har bättre chanser att få dem att överleva och bli lönsamma. Trots detta väljer endast en relativt liten del av Handelshögskolans studenter att bli entreprenörer, vilket gör det intressant att analysera huruvida utbildningen verkligen utrustar studenterna med de verktyg och kunskaper som behövs.

Analysdel 1 tar utgångspunkt i att utreda hur entreprenörskap på Handelshögskolans utbildning upplevs och analysdel 2 följer den modell som använts kontinuerligt i arbetet för att på så sätt öka tydligheten och koppla an till tidigare delar. Detta möjliggör en heltäckande analys som sedan knyts samman i en förankrad diskussion.

5.1 Analysdel 1 - Upplevd utbildning

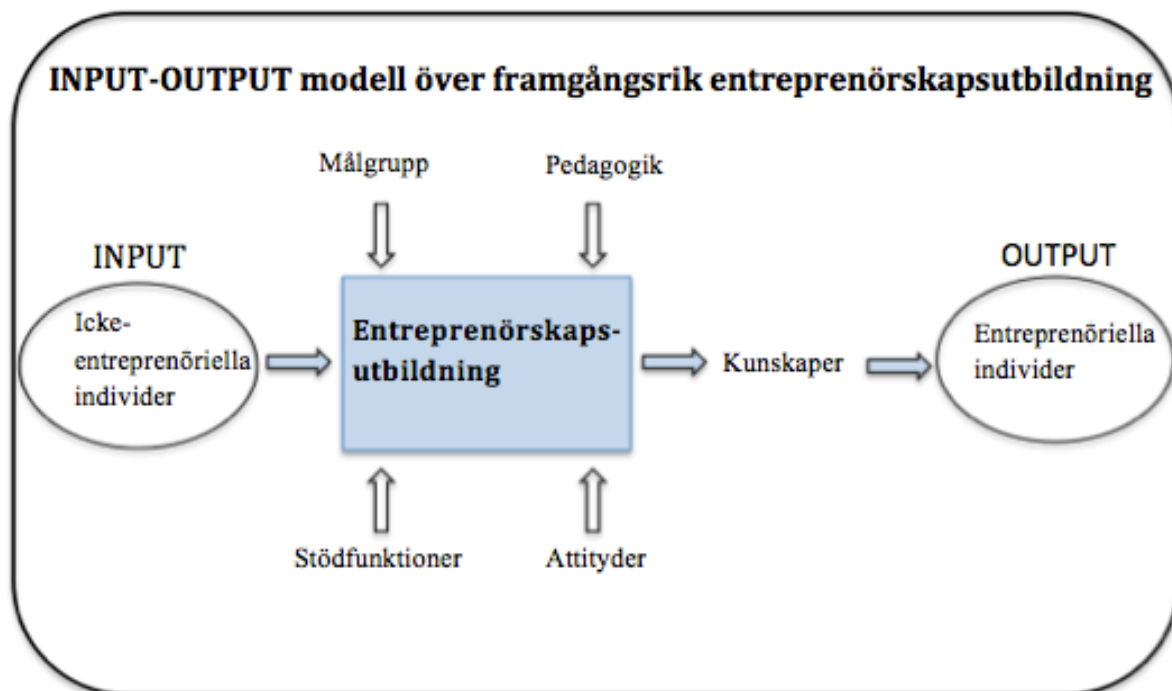
Generellt så upplever majoriteten av intervjupersonerna som går eller har gått på skolan att utbildningen i sin helhet är gedigen och bra. De förväntningar som framförallt har uppfyllts är det fantastiska nätverk och den legitimitet som skolan skänker. Även grundkunskaperna anses bra och de kunskaper som lyfts fram som mest användbara är problemlösningsförmåga, tidsplanering samt akademisk bredd. Även förmågan att kunna behandla mycket information och kritiskt analysera lyfts fram som en viktig del av det som skolan tillhandahåller. Intervjupersonerna är alltså överlag nöjda med det utbildningspaket som Handelshögskolan erbjuder och då framförallt den helhetslösning där man får med sig både ett starkt nätverk och gedigna akademiska kunskaper.

En mer negativ aspekt som träder fram gällande skolan är dock att programmet och de kunskaper som lärs ut känns mer riktade för personer som ska jobba som anställda, särskilt i stora organisationer. Denna bild framkommer i intervjuerna och bekräftas av kursplanen, där man tydligt ser att majoriteten av kurserna är inriktade på kunskaper för att förstå och verka i stora organisationer. För entreprenöriellt intresserade studenter kan detta stärka en känsla av att gå mot strömmen då hela utbildningsupplevelsen ses av respondenterna som en väg in i en anställning.

Ämnet entreprenörskap upplevs som en brist enligt undersökningen. Respondenterna identifierade inte en enda kurs där de kom ihåg att entreprenörskap tog sig ett tydligt uttryck. Entreprenörskap som specifikt moment tycktes inte heller ta sig uttryck under grundutbildningen. Den inkongruens mellan förväntningar och faktisk upplevelse som här kan iaktas ledde i minst två fall till en negativ effekt på inställningen till entreprenörskap. Detta är ett stort hot mot de mål som samhället ställt upp för att öka entreprenörskap och innovationsgrad liksom skolans relevans som framstående utbildningsinstitut, vilket visar hur viktigt det är att programmet främjar och stödjer entreprenöriellt orienterade studenter.

Delslutsats 1: Respondenterna upplever skolans utbildning som generellt väldigt bra. Nätverk och legitimitet tillsammans med bra baskunskaper lyfts fram som skälet. Dock finns ett missnöje bland respondenterna att utbildningen är för riktad mot existerande organisationer och i princip endast förbereder studenter för anställning. Således är en allvarlig brist i kandidatprogrammet att det för närvarande är för lite fokus på entreprenörskap.

5.2 Analysdel 2 - Önskvärd utbildning



5.2.1 Målgrupp

I empirin framgår det att en konkret kurs eller huvudsakliga moment i entreprenörskap saknas, både i praktiken och enligt de olika kursbeskrivningarna, i grundutbildningen på Handelshögskolan.

Respondenterna bekräftar avsaknaden av entreprenörskap som inslag tidigt i programmet. Samtliga uppger att de hade velat ha ett sådant inslag, dels på grund av reella kunskaper men även för att tydliggöra entreprenörskap som karriärväg och uppmuntra till kreativitet och innovationstänk.

Den utbildning som finns tillgänglig för en student på Handelshögskolan är i dagsläget inte i linje med forskningen då den både kommer för sent (efter grundutbildningen) och kräver aktiva val (valbara kurser alternativt masterprogram). Även om kurserna och initiativen i sig är positiva är det tydligt både utifrån forskning och utifrån empiri att det inte är tillräckligt.

Något som tydligt framkom i intervjuerna var att inte en enda intervjuperson som idag är entreprenör hade inspirerats till entreprenörskap tack vare utbildningen. De flesta hade exponerats för entreprenörskap tidigare genom bland annat familj och vänner, men även genom deltagande i exempelvis Ung Företagsamhet. I och med avsaknaden av entreprenörskapsinslag på grundutbildningen började flera av intervjupersonerna som redan var intresserade av entreprenörskap att vackla. Många nämnde att de sökte och fick praktik på bland annat konsultbyråer och storföretag, då de menade att utbildningen var så tydligt inriktad på att göra studenterna anställningsbara hos

existerande företag och organisationer. Detta ledde i minst två fall till att entreprenördrömmarna valdes bort till förmån för anställningar, vilket är problematiskt när ingen av de intervjuade hade gjort en motsatt resa till entreprenörskap. Även om underlaget i den här undersökningen är för litet för att dra generella slutsatser pekar detta på ett stort potentiellt problem. Att aspirerande entreprenörer känner att avsaknaden av entreprenörskap på utbildningen till förmån för andra anställningsformer gör att de tappar intresset är oerhört allvarligt.

Målet för en entreprenörskapsutbildning bör vara att deltagaren själv ska kunna skapa sig en uppfattning om huruvida entreprenörskap är intressant eller inte. Då måste inslagen komma tidigt i utbildningen med alla sidor representerade för att deltagaren ska kunna göra ett informerat och medvetet val. Även många av de kunskaper som innefattas i entreprenörskap tros vara viktiga och användbara även som anställd i en organisation. Därför bör en entreprenörskapsutbildning vara för alla studenter, finnas med tidigt i programmet och introducera deltagarna till de koncept och attityder som präglar entreprenörskap.

Delslutsats 2: Entreprenörskapsinslag bör med stöd från både forskning och empiri finnas med redan från början av programmet och vara till för alla, då även studenter som inte har entreprenöriella ambitioner behöver de kunskaper och tankesätt som entreprenörskapsutbildning ger. Detta finns i dagsläget inte i grundutbildningen på Handelshögskolan vilket är ett hot mot den relevans och koppling till arbetslivet som skolan säger sig vilja erbjuda.

5.2.2 Pedagogik

Från forskning och empiri kan man se ett tydligt mönster som pekar på att entreprenörskapsutbildning varken ska vara uteslutande akademiskt eller uteslutande praktiskt. Traditionell högskolepedagogik med läroböcker, föreläsningar och tentor ses varken hos akademiker eller hos studenter som ett effektivt sätt att utbilda inom entreprenörskap, då man missar moment som gör entreprenörskap unikt och som behövs för att förmedla hela bilden. Samtidigt visar både forskning och empiri att man inte heller uteslutande kan använda sig av praktisk undervisning, då detta medför en minskad förståelse för varför och hur man på bästa sätt ska ta sig an ett visst koncept.

Både intervjupersonerna och forskare pekar därmed på betydelsen av att låta entreprenörskapsutbildning utövas med en kombination av praktik och akademi, vilket medför en pedagogik som kan benämnas som ”prakademisk”. Både kursplanen och intervjupersonerna bekräftar en total avsaknad av denna typ av inslag i utbildningen vilket gör att man inte når fram till studenterna på det sätt som behövs för att visa ämnets fulla bredd. För att införa undervisning i entreprenörskap på grundutbildningen kan man se två tydliga alternativ. Antingen läggs det in som moment i befintliga kurser, som på så sätt blir entreprenörialiserade, eller så läggs det in som en eller flera separata kurser. Att entreprenörialisera befintliga kurser ser vid en första anblick ut som ett attraktivt alternativ då man

skulle kunna ge tydliga exempel och direkt koppling till övrig utbildning. Men som teori visar och som framkommer i intervjuerna är instruktörerna av stor betydelse för utbildningens framgång, vilket gör att lärare i befintliga kurser inte kan antas vara fullvärdigt lämpliga som instruktörer inom entreprenörskap, då det krävs speciella kompetenser. Liksom i alla ämnen är kunskap och engagemang av betydande vikt. Inom entreprenörskapsutbildning är det av synnerligen stor vikt att bemästra olika typer av utlärningsmetoder, då forskning pekar på betydelsen av att kombinera dessa för att skapa en framgångsrik entreprenörskapsutbildning. Detta medför att en lärare i exempelvis ett klassiskt ämne som nationalekonomi sannolikt skulle ha svårt att entreprenörialisera sin kurs på ett framgångsrikt sätt. Det är givetvis möjligt att åstadkomma, men skulle kräva både ansevärd tid och resurser för att utbilda lärarna inom denna typ av pedagogik och skapa det intresse och engagemang som krävs.

På sikt är detta givetvis också önskvärt, men det är ingen lösning som kan implementeras rakt av. Därför är det andra alternativet med en eller flera separata kurser mer attraktivt i dagsläget. Dels finns det idag kompetens på Handelshögskolan för att leda en sådan kurs, och dels kan man då skraddarsy den från början för att verkligen täcka in de olika komponenter som identifierats ovan. Detta för att säkerställa att entreprenörskapet inte faller mellan stolarna.

Delslutsats 3: Entreprenörskapsutbildning bör, för att vara framgångsrik, skilja sig mot traditionell undervisning och analysen har visat behovet av *praxademisk* pedagogik för att skapa en helhetsbild och möjliggöra för konkreta kunskaper som inte kan läras ut genom traditionell undervisning. Främst på grund av vikten av engagerade och kunniga instruktörer är det i ett första steg önskvärt att entreprenörskap undervisas i en eller flera separata kurser snarare än som inslag i existerande kurser.

5.2.3 Stödfunktioner

I forskningen identifieras stödfunktioner som bland annat inkubatorer, mentorskapsprogram och coachning. På Handelshögskolan finns en inkubator, SSE Business Lab, men varken mentorskapsprogram eller coachning inriktat på entreprenörskap.

De intervjupersoner som hade erfarenhet av Business Lab uppgav dock samtliga att de var nöjda. Det som var särskilt givande var motivationen det gav att vara i samma miljö som andra drivna individer och tillgången till ett fysiskt kontor som faciliterade den arbetsdisciplin som krävs för en entreprenör. SSE Business Lab är en oerhört viktig resurs och har format många framgångsrika entreprenörer. Men man får samtidigt inte glömma att det är en mestadels reaktiv stödresurs som backar studenter som söker sig dit aktivt. Inkubatorn är selektiv när det kommer till företag som ska stödjas och därför kan SSE Business Lab inte ensamt axla ansvaret för att utbilda och uppmuntra studenter i entreprenörskap. Med mer resurser skulle fler aspirerande entreprenörer få chansen att starta företag på riktigt, vilket vore oerhört värdefullt, men även med dagens resurser skulle stödfunktionerna kunna utvecklas. Att

utveckla ett mentorskapsprogram skulle vara ett bra sätt att knyta starkare band till alumner som själva har valt entreprenörskapsbanan. Många av intervjupersonerna i den här uppsatsen är idag framgångsrika företagsledare som tillsammans med andra entreprenöriellt orienterade alumner skulle kunna utgöra engagerade och duktiga mentorer åt studenter, där skolans insats i relation till resultat skulle vara minimal.

Delslutsats 4: Stödfunktioner har upplevts som en positiv källa till entreprenörskap på Handelshögskolan. Stödfunktionerna bör dock vara komplement till en framgångsrik utbildning inom kursplanen. I dagsläget är stödfunktionerna på programmet begränsade till Business Lab och skulle därför behöva utökas med mer proaktiva och inkluderande funktioner. Business Lab i sig ses dock som en mycket bra del i utbildningspaketet på Handelshögskolan och bör därför även i fortsättningen ges möjlighet att utveckla och eventuellt även bredda sitt erbjudande för att nå fler studenter.

5.2.4 Attityder

En framgångsrik entreprenörskapsutbildning kan inte lita på att studenter ska bli entreprenörer av sig själva, även om ovanstående parametrar uppfylls. De flesta intervjupersoner som valde en karriär som entreprenör fann sitt intresse redan innan de påbörjade sina studier vid Handelshögskolan och blev alltså inte motiverade av utbildningen i sig. I vissa fall blev de till och med mer omotiverade under studierna, främst på grund av de rådande uppfattningarna om legitima yrken efter examen. Man måste därför arbeta aktivt med attityder kring entreprenörskap för att tydliggöra både fördelar och nackdelar i att skapa något eget. Attityder bör främst utgöras av reell kunskap, vilket medför att studenterna kan forma aktiva och upplysta åsikter. Som det är idag finns en närmast total avsaknad av detta från skolans sida. Istället är det stora företag och konsultfirmor som respondenterna upplever bjuds in som gästföreläsare i kurser och paneldeltagare vid exempelvis inriktningsval, vilket cementerar den rådande bilden av vad en examen från Handelshögskolan ska leda till i karriärväg. För att bryta denna bild vore det önskvärt att skolan exempelvis försökte bjuda in fler entreprenörer som partners till skolan för att synliggöra entreprenörskap som en fullt möjlig karriärväg. Även att simulera entreprenörskapsfarenheter som en del i utbildningen skulle kunna möjliggöra mer upplysta val och attityder.

Delslutsats 5: Entreprenörskapsutbildning bör arbeta aktivt med attityder till entreprenörskap för att upplysa studenterna om olika möjligheter och även risker, vilka tillsammans formar attityder. Dessutom nämndes just attityder som en stark barriär och då särskilt status, vilket understryker vikten av att arbeta aktivt med detta område.

5.2.5 Kunskaper

När respondenterna själva fick prata om de kunskaper som de tycker är viktiga för en entreprenör och som skulle kunna läras ut, tog de till stor del upp samma kunskaper som har identifierats av forskare. Respondenterna bekräftade alltså teorin till stor del, men tog även upp ytterligare kunskaper som till stor del handlar om att agera arbetsgivare istället för arbetstagare.

Empirin pekade även ut barriärer till varför fler studenter inte startar eget företag i anslutning till utbildningen. Den barriär som toppade listan och vägde tyngst ansågs vara brist på kunskaper och färdigheter i entreprenörskap. Även att studenter saknade erfarenheter inom området troddes vara ett hinder till varför fler inte vågade ta klivet in på en entreprenörskapskarriär. Utöver detta nämndes även status, risk och höga alternativkostnader. Entreprenörskapsutbildningens syfte bör därför bland annat vara att minska dessa barriärer. Betoningen bör vara på faktiska kunskaper och färdigheter, men kan även erbjuda möjlighet till att simulera erfarenheter och hjälpa till att forma upplysta attityder kring status, risk och alternativkostnader. Med en effektiv utbildning torde således fler studenter ta sig runt dessa barriärer för att själva kunna avgöra huruvida entreprenörskap är rätt väg för dem, istället för att direkt konfronteras med stora barriärer som gör andra vägar lättare att välja. Oavsett val är kunskaperna som utbildningen ska tillhandahålla positiva i förberedelse för dagens dynamiska arbetsmarknad, både för anställda och potentiella entreprenörer.

Vidare pekade undersökningen på ett antal specifika kunskaper som respondenterna ansåg vara extra viktiga för ett entreprenöriellt mindset, men som lyste med sin frånvaro i utbildningen. Dessa var främst säljteknik, kommunikationsförmåga samt kreativitet.

Att grundutbildningen helt saknar rejäla säljmoment kritiserades starkt av intervjupersonerna, vilket är logiskt med tanke på att en entreprenör alltid säljer. Oavsett om det är till kunder, investerare, media eller andra intressenter måste entreprenören kunna sälja in sina argument. Idag finns ett brett utbud av säljutbildningar och kurser som övar deltagarna i just detta. Försäljning är det som driver en verksamhet. Att då utexaminera det skolan själv kallar nästa generations affärsledare som helt saknar säljkunskaper från utbildningen ter sig märkligt.

Även kunskap inom området kommunikation upplevdes som svag inom utbildningen. Detta område definieras här som färdigheter inom presentations-, övertalnings- samt förhandlingsteknik. Att kunna presentera material och förhandla kring information är värdefulla tekniker som är användbara i en rad affärsmissiga sammanhang, inte bara entreprenörskap. Således torde utbildningen lägga en större vikt vid att slipa sina studenters kommunikationsförmåga.

Kreativitet framhövdes som en viktig komponent i en entreprenörs verktygslåda. Med detta menade respondenterna att det generellt genomsyrades för lite i utbildningen. Att vara kreativ är nyckeln till att identifiera affärsmöjligheter. Även att lära sig tänka kreativt borde vara en kunskap som en

entreprenöriellt orienterad person borde träna på, eftersom det är just kreativitet som föder innovation och driver entreprenörskap framåt. Detta gör att en entreprenöriellt orienterad individ lättare både kan upptäcka och agera på affärsmöjligheter.

Delslutsats 6: Kunskap har lyfts fram som en av de största barriärerna till varför inte fler studenter tar steget att driva eget företag. Således har även kunskap identifierats som nyckeln till framgångsrik entreprenörskapsutbildning. En verktygslåda med entreprenöriella kunskaper såsom säljteknik, kommunikationsteknik samt kreativitet, skulle kunna minska denna barriär och främja entreprenöriellt tänkande bland utbildningsdeltagare.

6. SLUTSATS

Syftet med studien är att utifrån teori och empiri utvärdera hur entreprenörskapsutbildningen på Handelshögskolan i Stockholm upplevs och fungerar samt huruvida denna i dagsläget är ändamålsenlig eller skulle kunna förbättras. För att uppfylla detta ändamål ämnade studien kartlägga grundutbildningens kursplan och stödfunktioner och även undersöka hur alumner, studenter och akademiker med erfarenhet av entreprenörskap ställer sig till utbildningens relevans, med fokus på de tre utgångspunkter för entreprenörskapsutbildning som identifierades i samband med frågeställningen:

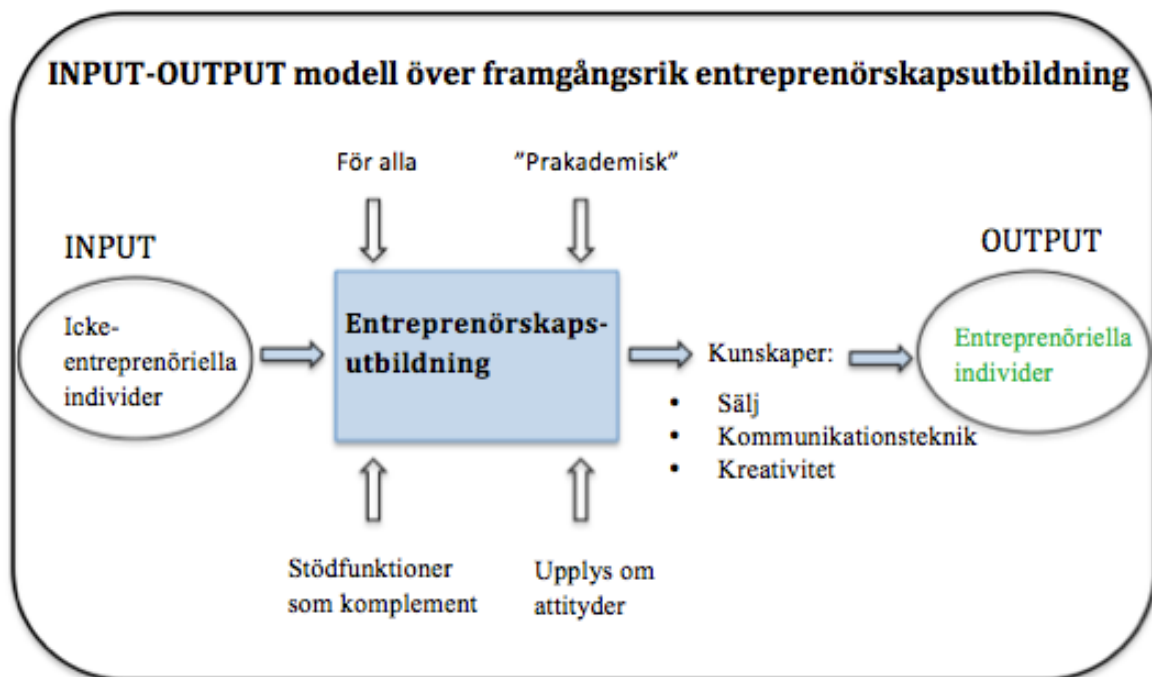
1. Utveckla studenters entreprenöriella intresse och driftighet
2. Lära ut de kunskaper som behövs för att starta och leda ett företag eller projekt
3. Utveckla förmågan att identifiera och tillvarata affärsmöjligheter

Utifrån studien kan det konstateras att varken ett existerande eller potentiellt intresse för entreprenörskap främjas på ett optimalt sätt på Handelshögskolan i Stockholm. Detta beror till stor del på att entreprenörskap inte identifieras som en möjlig karriärväg genom brist på exponering både i form av konkret undervisning och i form av sidoaktiviteter som gästföreläsningar, supportfunktioner och andra typer av aktiviteter som stärker legitimiteten som en möjlig karriärväg.

Kunskaper och färdigheter har identifierats som den största barriären till varför fler studenter inte startar eget företag. Analysen visar att en framgångsrik entreprenörskapsutbildning bör vara; för alla, praktiskt utformad, understödd av stödfunktioner samt attitydorienterad. Dessa faciliterar möjligheten att lära ut konkreta och användbara kunskaper för att utveckla mer entreprenöriellt orienterade individer. Med en sådan typ av entreprenörskapsutbildning skulle Handelshögskolans utbildning kunna tillgodose sina studenter med en entreprenöriell verktygslåda, som dels främjar entreprenörskap som en karriär och dels ökar individers entreprenöriella mindset. Detta är något som kan vara till stor fördel oavsett var man söker sig i arbetslivet.

Inte heller förmågan att urskilja affärsmöjligheter tränas på mest lämpliga vis genom utbildningen enligt undersökningen. Likaså denna kunskap, i form av bland annat kreativa färdigheter, kan med en effektiv entreprenörskapsutbildning implementeras i undervisningen, detta med stöd från både empiri och forskning, och gynna innovativt affärstänk.

Sammanfattningsvis visar studien på att entreprenörskapsutbildningen på Handelshögskolan i Stockholm inte upplevs och fungerar på ett främjande vis, enligt både teori och empiri, samt att det finns stort utrymme för förbättring. En önskvärd entreprenörskapsutbildning bör enligt undersökningen vara för alla, ha ett pedagogiskt upplägg som kombinerar praktiska och akademiska inslag, kompletteras av stödfunktioner och aktivt forma attityder. Denna uppsats visar att Handelshögskolan i Stockholm skulle kunna erbjuda en bättre utbildning för alla studenter genom att inkorporera entreprenörskapsutbildning på ett tydligare sätt inom grundutbildningen. Detta för att utveckla studenter med mer entreprenöriella kunskaper, något som är viktigt för både utbildningen i sig, studenterna och företagande nationellt och internationellt.



Bildtext. INPUT-OUTPUT-modellen med slutsatser av vilka komponenter som bör inkluderas för en framgångsrik entreprenörskapsutbildning.

7. DISKUSSION

Att som handelshögskola erbjuda en riktigt kvalitativ entreprenörskapsutbildning är svårt. Det är en relativt ny akademisk disciplin, den ska utformas annorlunda jämfört med klassiska ekonomikurser, den är tvärvetenskaplig och den kräver support från både ledning och fakultet. Men att något inte är lätt är inte ett giltigt skäl att ge upp, särskilt inte då detta arbete tydligt visat på vikten av att utbilda fler entreprenöriellt orienterade individer, för att på så sätt främja entreprenörskap i både nya och existerande projekt och organisationer.

Den här uppsatsen har visat att studenter och akademiker med erfarenhet och intresse av entreprenörskap anser att utbildningen som bedrivs inom ramen för grundutbildningen på Handelshögskolan i Stockholm misslyckas med att tillhandahålla kunskaper och verktyg som behövs för att bli entreprenöriellt orienterad.

Som det är nu erbjuder inte skolan en ändamålsenlig utbildning för framtida entreprenörer. På grund av bristande resurser eller bristande förståelse har man valt att i princip helt exkludera entreprenörskap från den ordinarie undervisningen för att istället förlita sig på att intresserade individer väljer valbara kurser, vilket är precis tvärtemot vad forskningen ger för råd.

Vilka orsaker som finns till skolans bristande utbildning inom entreprenörskap har inte tagits upp i detta arbete men skulle behöva analyseras för att på ett effektivt sätt åstadkomma förändring. Att argumentera för att det saknas resurser är inte ett giltigt argument, utan i det fallet handlar det enbart om prioriteringar.

Uppsatsen är baserad på intervjuer med ett begränsat urval av studenter, alumner och forskare. Respondenterna har alla någon koppling till entreprenörskap vilket gör att svarens tillförlitlighet kan ifrågasättas. För att besvara frågeställningen och undersöka huruvida programmet tillhandahåller de verktyg och kunskaper som behövs som entreprenör har det dock varit nödvändigt att fråga just entreprenörer, vilket motiverar valet av intervjupersoner. Resultaten i sig ger utrymme för nya forskningsuppslag och skulle med fördel kunna kompletteras med studier av hur icke-entreprenöriellt orienterade studenter uppfattar utbildningen samt om dylika alumner identifierade liknande brister i kunskap och verktyg.

7.3 Teoretiskt bidrag

Ämnet för undersökningen är baserat på en relativt snäv fallstudie, nämligen entreprenörskapsutbildning på Handelshögskolans i Stockholm grundutbildning. Samtidigt är forskningsområdet förhållandevis nytt, vilket sammantaget medförde svårigheter att identifiera en konkret och passande teoretisk modell att basera arbetet på. Därför formades den teoretiska referensramen av en sammanställning av forskning för att denna sammantaget skulle utgöra ett gediget ramverk som skulle passa väl in på fallstudien.

För att göra den teoretiska delen av uppsatsen lättförståelig och tydlig vidareutvecklades en modell som användes för att kunna åstadkomma en uttömmande analys. Denna modell har som tidigare nämnts sina begränsningar, som exempelvis att den inte tidigare testats i undersökningar som denna. Modellen utgjorde dock ett ändamålsenligt verktyg i detta arbete då den tillhandahöll en lättförståelig och överblickbar modell av de olika forskningsbidragen. Modellen kan lätt anpassas utifrån varje enskilt utbildningsinstituts situation och kan därför med fördel vidareutvecklas och användas i framtida undersökningar av entreprenörskapsutbildning.

8. FÖRSLAG PÅ FORTSATTA STUDIER

Denna uppsats ger en stark indikation om att entreprenörskapsutbildningen vid Handelshögskolan i Stockholm skulle kunna förbättras för att fler studenter ska få en mer heltäckande bild av entreprenörskap och de olika verktyg och kunskaper som möjliggör framgångsrikt entreprenörskap. Därför vore det intressant med vidare forskning i ämnet för att kunna utföra en mer omfattande genomgång av resurser och strategier, samt även genomföra en jämförelse med en framgångsrik entreprenörskapsutbildning på en annan handelshögskola för att på så sätt kunna ta fasta på framgångsrika strategier.

Redan nu kan man dock se att grundutbildningen har flera brister, både jämfört med vad forskningen säger och jämfört med vad entreprenöriellt orienterade deltagare tycker. För att säkerställa att en satsning på entreprenörskapsutbildning är relevant även för individer som inte har entreprenöriella ambitioner skulle ytterligare studier kunna fokusera på vilka kunskaper och verktyg som passar även denna typ av studenter, exempelvis genom studier av alumner för att se vad som kan läggas till och förbättras. För Handelshögskolan vore en forskningsstudie kring hur en kurs i entreprenörskap på kandidatprogrammet borde byggas upp konkret, med detaljerade förslag på kursmoment, litteratur och lärandemål, vara intressant. Detta arbete ger en fingervisning till vad som bör vara med och vad man bör tänka på, men ger inte de detaljerade och konkreta rekommendationer som skulle behöva finnas för att utforma en kurs i praktiken.

9. KÄLLFÖRTECKNING

- Alvesson, M. och Sköldberg, K. 2008., *Tolkning och reflektion*. Lund: Studentlitteratur.
- Andersen, I., 1998. *Den uppenbara verkligheten. Val av samhällsvetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.
- Bell, J., 2006. *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund; Studentlitteratur.
- Bengtsson, L., 2011. Vad är entreprenöriella universitetet och ”best practice”? *Entreprenörskapsforum*.
- Bornefalk, A., 2010. Fortsätt förändra! – Kvinnor vill fortfarande inte driva företag med anställda. *Svenskt Näringsliv*.
- Braunerhjelm, P. et al., 2011. *Entreprenörskap i Sverige – Nationell Rapport*. Stockholm: Entreprenörskapsforum.
- Brooks, R. et al., 2007. Entrepreneurship in American Higher Education. *Ewing Marion Kauffman Foundation*. s.111-117.
- Bryman, A., 2002. *Samhällsvetenskapliga metoder*. Lund: Studentlitteratur.
- Ds 2007:37, *Sveriges företagande och konkurrenskraft. Internationell benchmarking*. Stockholm: Regeringskansliet, Näringsdepartementet.
- Europeiska kommissionen., 2008. *Entrepreneurship in Higher Education, especially within non-business studies - Final Report of the Expert Group*. European Commission. Enterprise and Industry Directorate General.
- Europeiska kommissionen, 2012. *Innovation Union*. (Online) Tillgänglig: <http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm>. Hämtad 2012-03-30
- Financial Times., 2012. *European Business School Rankings 2011*. (Online) Tillgänglig: <<http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/european-business-school-rankings-2011>> Hämtad: 2012-04-15
- From, J., 2009. *Entreprenörskapsutbildning i skola och samhälle – Formering av en ny pedagogisk identitet?*. Anders Olofsson (red). 42-78. Härnösand: Mittuniversitetet, Institutionen för utbildningsvetenskap
- Gartner W-B., 1988. ”Who is an entrepreneur?” Is the wrong question. *University of Baltimore – Educational Foundation*.
- Gibb, A., 2002. In pursuit of a new `enterprise' and `entrepreneurship' paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 4, No. 3, s. 233–269.
- Gibb, A. 2012. *Curriculum Vitae*. (Online) Tillgänglig: <http://www.allangibb.com/cv_personal_details.htm>. Hämtad 2012-04-10.

- Gibb, A., Haskins, G. och Robertson, I., 2009. Leading the entrepreneurial university - Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions. *National Council for Graduate Entrepreneurship*.
- Handelshögskolan i Stockholm., 2012a. *Årets Affärskreatör 2012*. (Online) Tillgänglig: <<http://utmaning.hhs.se/om-årets-affärskreatör-2012>>. Hämtad 2012-03-05.
- Handelshögskolan i Stockholm., 2012b. *Placement Report 2011*. (Online) Tillgänglig: <http://www.hhs.se/se/Education/Documents/Placement_Report_MSc_2012.pdf>. Hämtad 2012-04-20.
- Handelshögskolan i Stockholm., 2012c. *Ekonomie Kandidatprogram*. (Online) Tillgänglig: <http://www.hhs.se/se/Education/Documents/SSE_Stockholm_PA01_110316.pdf>. Hämtad 2012-03-10.
- Handelshögskolan i Stockholm., 2012d. *Professorer*. (Online) Tillgänglig: <<http://www.hhs.se/se/About/Organisation/Pages/Professorer.aspx>>. Hämtad 2012-04-25
- Heinonen, J. och Poikkijoki, S-A., 2006. An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible?, *Journal of Management Development*, Vol. 25, No. 1, s. 80 – 94.
- Herrmann, K. 2008. Developing Entrepreneurial Graduates - Putting entrepreneurship at the center of higher education. *National Endowment for Science, Technology and the Arts; National Council for Graduate Entrepreneurship och The Council for Industry and Higher Education*.
- Holme, I. och Solvang, B. 1997. *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.
- Holmquist, C., 2012. [Intervju]. 2012-04-27
- Johannison, B., 1991, University training for entrepreneurship: Swedish approaches. *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 3, No. 1, s. 67-82.
- Kirby D. A., 2004. Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?. *Education + Training*, Vol. 46, No. 8 s. 510 – 519.
- Kvale, S., 1997. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.
- Nilsson, N., 2010. Linnéuniversitetet – det entreprenöriella universitetet?. *Ekonomihögskolan vid Linnéuniversitetet*.
- NUTEK., 2008. *Entreprenörskap i stort och smått – Lärdomar från det nationella entreprenörskapsprogrammet*. Stockholm: NUTEK.
- Patel, R. och Davidson, B., 1994. *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Pittaway, L. och Cope, J., 2007. Entrepreneurship Education, A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*. Vol. 25, No. 5 s. 479-510.

- Potter, J., 2008. Entrepreneurship and Higher Education. *OECD*.
- Regeringskansliet., 2009. *Strategi för entreprenörskap inom utbildningsområdet*. (Online) Tillgänglig: <<http://www.regeringen.se/content/1/c6/12/69/09/22b6e680.pdf>>. Hämtad 2012-03-30
- Silverman, D., 2006. *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. 3 uppl. London: SAGE.
- Solomon, G., 1989. "Youth: tomorrow's entrepreneurs". *ICSB Bulletin*, Vol. XXVI, No. 5, s. 1-2.
- Tillväxtverket., 2012. *Attityder till företagande 2011*. (Online) Tillgänglig: <<http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/faktaochstatistik/entreprenorskapsbarometern/attitydertillforetagande.4.21099e4211fd8c87b800017530.html>>. Hämtad 2012-02-20
- Thurén, T., 2002. *Vetenskapsteori för nybörjare*. Stockholm: Liber förlag.
- Ung Företagsamhet., 2012. *Historia*. (Online) Tillgänglig: <<http://www.ungforetagsamhet.se/historia>>. Hämtad: 2012-04-10
- Vanourek, G., 2012., Introduction to Entrepreneurship, *Föreläsning 1, Ideation – Creating a Business Idea*, Stockholm School of Entrepreneurship. 2012-01-24
- Volkmann, C. et al., 2009. Educating the next wave of entrepreneurs – Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st century. *World Economic Forum's Global Education Initiative*.

10. APPENDIX

10.1 Intervjupersoner – Studenter och alumner

1. Adalberth, Niklas

Ålder: 30 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **Klarna**

Nuvarande sysselsättning: Vice VD och Chief Operations Officer på Klarna

Inskrivnen på Handelshögskolans Civilekonomprogram: 2004

Examen: 2011

Intervju 2012-04-12

2. Burenstam Linder, Malcolm

Ålder: 23 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **Eventbook**

Nuvarande sysselsättning: Student på Handelshögskolan i Stockholm

Inskrivnen på Handelshögskolans Kandidatprogram: 2009

Examen: Förväntad examen 2013

Intervju 2012-03-20

3. Duczko, Lukas

Ålder: 30 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av Spokenword, **Scrive**

Nuvarande sysselsättning: VD på Scrive

Inskrivnen på Handelshögskolans Kandidatprogram: 2008

Examen: -

Intervju: 2012-04-09

4. Gunnstam, Philip

Ålder: 26 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **Katapult**

Nuvarande sysselsättning: Associate Consultant på Bain & Co

Inskrivnen på Handelshögskolans Civilekonomprogram: 2006

Examen: 2010

Intervju 2012-04-03

5. Hammargren, Mai-Li

Ålder: 25 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **Mutewatch**

Nuvarande sysselsättning: VD på Mutewatch

Inskrivnen på Handelshögskolans Civilekonomprogram: 2006

Examen: 2010

Intervju 2012-04-03

6. Kvick, Felix

Ålder: 27 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **Bisfront**

Nuvarande sysselsättning: Styrelseordförande på Bisfront

Inskrivnen på Handelshögskolans Civilekonomprogram: 2004

Examen: 2008

Intervju 2012-03-22

7. Kainz, Benjamin

Ålder: 24 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **Ung Omsorg**

Nuvarande sysselsättning: VD på Ung Omsorg

Inskrivnen på Handelshögskolan Kandidatprogram: 2007

Examen: -

Intervju 2012-03-26

8. Larsson, Nick

Ålder: 22 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **S.T.A.T.**, vinnare av SM i Ung Företagsamhet 2008

Nuvarande sysselsättning: Student på Handelshögskolan i Stockholm

Inskrivnen på Handelshögskolans Kandidatprogram: 2009

Examen: Förväntad examen 2013

Intervju 2012-03-27

9. Nilsson Dworsky, David

Ålder: 27 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **House of Radon**

Nuvarande sysselsättning: Styrelseordförande på House of Radon

Inskrivnen på Handelshögskolans Civilekonomprogram: 2004

Examen: 2011, kandidatexamen

Intervju 2012-03-23

10. Omstedt Lindgren, Anna

Ålder: 37 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av Tasteline

Nuvarande sysselsättning: VD på MedUniverse

Inskrivnen på Handelshögskolans Civilekonomprogram: 1994

Examen: 1999

Intervju 2012-04-16

11. Rywe, Sara

Ålder: 22 år

Entreprenörskapsbakgrund: Vinnare av Handelshögskolans tävling **Årets Affärskreatör** 2011,

Grundare av UF Alumni, tvåa i SM i Ung Företagsamhet 2008

Nuvarande sysselsättning: Student på Handelshögskolan i Stockholm

Inskrivnen på Handelshögskolans Kandidatprogram: 2011

Examen: Förväntad examen 2014

Intervju 2012-04-12

12. Wallin, Jesper

Ålder: 25 år

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av **SkyStep Consulting**

Nuvarande sysselsättning: VD på SkyStep Consulting

Inskrivnen på Handelshögskolans Kandidatprogram: 2008

Examen: Förväntad examen 2012-2013

Intervju 2012-03-23

10.2 Intervjupersoner – Akademiker

13. Holmquist, Carin

Nuvarande sysselsättning: Professor i entreprenörskap på **Handelshögskolan i Stockholm**. Chef för Center för Entreprenörskap och Affärsskapande

Intervju 2012-04-27

14. Nilsson, Nils

Nuvarande sysselsättning: Vicerektor och forskare samt ansvarig för entreprenörskapsutbildningen på **Linnéuniversitetet**.

Intervju 2012-04-01

15. Rahm, Rasmus

Nuvarande sysselsättning: Vice VD och Utbildningsansvarig på **Stockholm School of Entrepreneurship**, PhD-student på Handelshögskolan i Stockholm

Intervju 2012-04-24

16. Vanourek, Gregg

Entreprenörskapsbakgrund: Grundare av K12, New Mountain Ventures, Vanourek Consulting Services

Nuvarande sysselsättning: Lärare på **Stockholm School of Entrepreneurship**

Intervju 2012-04-11