

Entreprenörprojekt

Att utveckla en idé till en affärsmodell är grundkonceptet för ett entreprenörprojekt. I ett entreprenörprojekt kan studenterna få uppleva vad det innebär att bli entreprenör i en skyddad, lekfull men realistisk miljö. I interdisciplinära arbetsgrupper strävar de efter att ta sig an verkliga problem på ett affärsmässigt sätt. Under denna inkubationsprocess följs de av experter som mentorer eller handledare. Formerna gör det möjligt för deltagarna att bestämma om de tar sin idé till ett förverkligande eller bara ser kursen som en värdefull, lärandeupplevelse.

Fas 1 - Planering och förberedelse

Definiera behörighetsvillkoren för studenterna - ett kriterium är t.ex. en specifik idé, som ett arbetslag kan arbeta med. Genom ett motivationsbrev som uttrycker deltagarens idé eller intresseområde gör att noggrant urval av deltagare kan uppnås. Integrering av yrkesverksamma kan göras genom att välja ut relevanta personer i ditt nätverk eller genom att samarbeta med en extern partner som ger stöd till start-up företag, t.ex. en inkubator. Formerna kan variera beroende på tillgänglighet, aktivitetsområde, plats och kan inspireras av t.ex. gästföreläsningar eller exkursioner.

Fas 2 – Startfas

Startfasen är avgörande för hela gruppens atmosfär och dynamik. Börja helst med en kick-off aktivitet som för samman deltagarna och lyfter fram de aktuella idéerna. Det är nu det är läge att förtydliga vad man skall utgå från och vad man ska sikta på. För kursens slutmål finns det flera alternativ: en lönsam affärsmodell (minimikrav), en solid affärsplan, en dokumenterad prototyp eller ett detaljerat förslag till finansiering. Genom att lämna den vanliga universitetsmiljön i 3–5 dagar för att arbeta t.ex. i ett landsbygdsområde lyfts uppmärksamheten och fokuserar på entreprenörprojektet. Förutom att intensifiera lärandeprocessen, skapar ett sådant "Start-up läger" en speciell atmosfär, bygger förtroende och stärker deltagarnas engagemang.

Fas 3 - Affärsutveckling

Vägen från idé till företag kännetecknas av en iterativ utvecklingsprocess. Business Model Canvas av Osterwalder och Pigneur (2010) är ett populärt verktyg för att stödja denna process. I Sustainable Business Model Canvas av Ambros och Schmitz (2015) har den ursprungliga modellen utökats genom att integrera ekologiska och sociala aspekter.

Studenter arbetar samtidigt med alla delar av affärsmodellen, tar hänsyn till relationer och bevara sammanhållningen och fokus. Denna holistiska syn på affärsverksamhet inkluderar reflektioner över



ekologiska och sociala konsekvenser av verksamheten. Dessa kan analyseras och demonstreras med hjälp av CASE Sustainability Performance Tool eller input-output-outcome-impact (iooi) –metoden¹.

Att testa hypoteserna i affärsmodellen är ett viktigt steg. Beroende på tillgängliga resurser görs en verklighetskontroll i form av korta intervjuer eller prototyper. En prototyp är ett småskaligt exempel på den tänkta produkten och/eller tjänsten. De testade aspekterna utvärderas för att förbättra affärsmodellen.

Fas 4 - Affärsplanering

En funktionsduglig affärsmodell skall vara minimieresultatet av ett entreprenörsprojekt. Potentiellt kan det följande steget vara att omvandla modellen till en mer detaljerad och operativ affärsplan. I enlighet med affärsmodellens element ingår vidare konkreta milstolpar, en solid finansiell planering och en tydlig kommunikationsstrategi.

Fas 5 - Slutpresentation

Kursens höjdpunkt är vanligtvis den slutliga presentationen. Den synliggör alla ansträngningar och erbjuder en möjlighet att få feedback från en bredare publik. Därför är en publik aktivitet den perfekta lösningen, även för att locka externa gäster (t.ex. investerare) och potentiella framtida medverkande.

"Studenterna inser att entreprenörskap är emotionellt. Det handlar inte bara om att beräkna siffror eller se om det är lönsamt." Lärare, Göteborgs universitet

Fördelar

- Upptäcka, utvärdera och realisera innovativa affärsidéer
- Främja entreprenöriella tankesätt
- Lära sig att förstå och hantera risker
- Främja kreativitet och resurshushållning
- Smittsam entusiasm mellan studenter och handledare

Framgångsfaktorer

- Inriktning mot genomförande av studenternas egna idéer
- Kreativitetsbefrämjande "Open space" lärande inom tydliga ramar
- En mångfald av kunskap och kompetens bland partners och handledare
- Samarbetspartners entreprenörsanda

Utmaningar

- Matcha studentprojekt med relevanta samarbetspartners
- Fastställa kursbegränsningar och aktiviteter utanför kursmålen
- Förankra hållbarhet och relaterade begrepp
- Integrera ett "Start-up läger" (Flera dagar utanför universitetsområdet)

² Metoden att mäta social påverkan utvecklades av Riess, Birgit (ed.) (2010). Using the iooi Method to Plan and Benchmark Corporate Citizenship, Bertelsmann Stiftung.

