



## Exempel på gymnasiearbete inom ekonomiprogrammet – entreprenörskap

### Finns det en marknad för ett nytt smyckeföretag i X-stad?

#### Elevens idé

Nora vill starta eget. Inom kursen entreprenörskap och företagande driver hon tillsammans med Alexis UF-företaget Chic. Noras mamma har under många år tillverkat smycken på hobby-basis och det är hennes alster som UF-företaget säljer. Försäljningen går över all förväntan. Nora funderar på möjligheten att starta ett företag inom smyckebranschen. Hon vet inte hur det ska kunna realiseras men har stött på så kallade ”homeparties” och har också god koll på handel med smycken via webbförsäljning. Hon är öppen för uppslag. Noras planer genererar många frågor. Finns det någon marknad för ett nytt smyckeföretag i X-stad? Hur ser konkurrenssituationen ut? Vilken målgrupp skulle vara lämplig? Vilket produktutbud skulle passa? Hur ska försäljning ordnas? Vilka priser är möjliga? Är det möjligt för henne att sälja smycken med en förtjänst som det går att leva på? Nora vill inom ramen för sitt gymnasiearbete söka svaren på dessa frågor.

#### Frågeställning

Alexis är med på Noras idé till ett gemensamt gymnasiearbete. Tillsammans diskuterar de idén med den ansvariga läraren. Diskussionen leder fram till en planering i två steg. Först gäller det att göra en branschanalys för att kartlägga efterfrågan och konkurrenssituationen i X-stad och för att få en uppfattning om vilka leverantörer som agerar på marknaden. I det andra steget ska kartläggningen användas för att forma en konkurrensstrategi. Det gäller att finna en position på marknaden där

företaget kan vinna marknadsandelar. Eleverna måste också bedöma sannolikheten för företaget att kunna överleva.

Den generella frågeställningen blir:

*- Är X-stad en lämplig marknad för ett nytt smyckeföretag?*

## Koppling till examensmålen

Noras gymnasiearbete harmonierar med ekonomiprogrammets examensmål och berör centrala kunskapsområden inom programmet. Eleverna ska arbeta i enlighet med modeller och metoder för en branschanalys. För detta krävs kunskaper i företagsekonomi. Kunskaper i juridik behövs för att kunna hitta, tolka och bedöma de lagar och andra bestämmelser som reglerar företagande i mindre skala. En branschanalys kräver också kunskaper i psykologi. Resonemang om företagets positionering och kundgruppers konsumtions- och inköpsbeteende kräver kunskaper om hur människor tänker, känner och handlar.

Arbetets upplägg är i linje med examensmålen och särskilt förmågan att tillägna sig ett vetenskapligt angreppssätt. I detta ingår förmågan att söka, sovra, analysera och värdera information. För att kunna genomföra gymnasiearbetet krävs också förmåga att kommunicera såväl skriftligt som muntligt.

## Planering

Nora och Alexis är överens om arbetets upplägg. Båda ska vara involverade i alla delar av projektet. I det inledande samtalet med läraren fördelas huvudansvaret för varje del dem emellan. Båda känner att samarbetsformen är värdefull. De vill kunna bolla sina tankar mellan varandra när informationen ska analyseras.

I samtalet med läraren fastställs också gemensamma respektive individuella handledningstillfällen. Under handledningstillfällena kommer elevernas respektive bidrag i arbetet att synliggöras. Mellan handledningstillfällena sker kommunikationen via e-post.

En tidsplan upprättas med hjälp av ett så kallat Gantt-schema som grafiskt illustrerar projektets olika steg:

- Fastlägga den teoretiska bakgrunden.
- Samla in, bearbeta och analysera information.
- Utforma en konkurrensstrategi.
- Bedöma konkurrensstrategins hållbarhet.
- Skriva rapporten.

- Redovisa arbetet.
- Utvärdera process och produkt.

## Genomförande

### Den teoretiska bakgrunden

För att få en teoretisk grund behöver Nora och Alexis uppdatera sina kunskaper inom området. Tillsammans med läraren kommer de fram till att professor Michael Porters teorier om konkurrens och konkurrensstrategier kan vara en bra utgångspunkt för arbetet.

Genom att kartlägga konkurrenternas marknadspositioner finner eleverna det möjligt att hitta ett marknadssegment för företaget. De inser att positioneringsdiagram är en bra metod för en sådan kartläggning.

Det gäller också för dem att fräscha upp kunskaperna om hur man gör fältundersökningar av olika slag och SWOT-analyser.

### Branschanalys

Nora och Alexis resonerar med sin lärare om lämpliga metoder att samla in information om smyckebranschen. Man bestämmer sig för att utnyttja de sekundärdata som finns och komplettera med primärdata. Internet, publikationer från branschföreningar och intervjuer blir lämpliga källor.

Insamlat material sammanställs och analyseras. Positioneringsdiagram upprättas.

### Konkurrensstrategi

Med hjälp av insamlat material gäller det nu att utforma en konkurrensstrategi som kan vara hållbar. Det gäller att hitta en position på marknaden, där företaget kan tänkas kunna konkurrera. Målgruppen beskrivs statistiskt och psykologiskt. Företagets affärsidé formuleras.

Eleverna bestämmer sig för att genomföra en mindre intervjuundersökning för att få ett underlag för att bedöma företagets möjligheter att överleva. Med konkurrensstrategin som grund får några från den tänkta målgruppen svara på frågor om deras konsumtions- och inköpsvanor när det gäller smycken.

Med sina kunskaper om marknaden och med hjälp av en enkel SWOT-analys försöker eleverna sedan bedöma företagets möjligheter att överleva.

### Rapporten

Både Nora och Alexis har kontinuerligt under arbetets gång noterat sådant som ska ingå i rapporten. Var och en skriver de avsnitt som de haft huvudansvaret för. Den

engelska sammanfattningen skriver de tillsammans. Materialet struktureras utifrån den mall för vetenskapliga rapporter som de lärt sig använda.

Tillsammans redovisar Nora och Alexis utförligt sina slutsatser. En avgörande punkt är bedömningen av utsikterna för det tänkta företaget utifrån rådande konkurrenssituation. De formulerar arbetets styrkor, svagheter, betydelse och begränsningar.

## Redovisning och respons

Nora och Alexis gör sin muntliga presentation inför en grupp andra elever, ansvarig lärare och medbedömare. De inleder med en företagspresentation med bilder på tänkta produkter och därefter redovisar de vad de kommit fram till i sitt gymnasiearbete. I anslutning till redovisningen får Nora och Alexis respons. Ett par elever som förberett sig genom att studera rapporten i förväg ställer frågor och hela gruppen diskuterar arbetet.

## Utvärdering

Enskilt och i skriftlig form beskriver Nora och Alexis vad som gått bra och vad som fungerat mindre bra under arbetets gång, hur resultatet blev i förhållande till ambitionen och vilka lärdomar de anser sig ha dragit av gymnasiearbetet. Avslutningsvis träffar eleverna sin lärare för att även muntligt diskutera och reflektera över arbetsprocessen och det slutliga resultatet.