

Handelshögskolan i Stockholm

Kort om högskolan

Handelshögskolan i Stockholm (HHS) är en privat högskola med knappt tjugo procent av intäkterna i statligt stöd. HHS grundades 1909 på initiativ av det svenska näringslivet och med finansiering från bl.a. K A Wallenberg. Kontakterna med näringslivet är alljämt starka.

Handelshögskolan har ett högt anseende både inom och utom Sveriges gränser, och bedriver olika former av samarbeten med välrenommerade lärosäten i andra länder. Högskolan är Sveriges representant i CEMS¹ och var det första svenska lärosäte att bli fullt ackrediterat av EQUIS² (1999).

Det är en liten högskola sett till antalet studenter med cirka 1 800 registrerade studenter, och söktrycket till platserna är högt.

Andel med högutbildade föräldrar, nybörjare respektive år, procent

	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06
Handelshögskolan i Stockholm	–	–	–	–	70
Jämförelsetal *	–	–	–	–	2,47

*Ett jämförelsetal över 1 innebär en *högre* andel än genomsnittet för befolkningen i det huvudsakliga rekryteringsområdet.

Andel med arbetarbakgrund, nybörjare respektive år, procent

	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06
Handelshögskolan i Stockholm	–	–	–	–	6
Jämförelsetal *	–	–	–	–	0,22

*Ett jämförelsetal under 1 innebär en *lägre* andel än genomsnittet för befolkningen i det huvudsakliga rekryteringsområdet.

Andel med utländsk bakgrund, nybörjare respektive år, procent

	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06
Handelshögskolan i Stockholm	–	–	–	17	13
Jämförelsetal *	–	–	–	0,87	0,66

*Ett jämförelsetal över 1 innebär en *högre* andel än genomsnittet för befolkningen i det huvudsakliga rekryteringsområdet.

Källa: Registerdata SCB, bearbetning Högskoleverket

¹ Community of European Management Schools, www.cems.org

² European Quality Improvement System, www.efmd.org

Handelshögskolan har en stor dominans av nybörjare med högutbildade föräldrar. Enbart sex procent av nybörjarna 2005/06 hade arbetarbakgrund, vilket i jämförelse med andelen i rekryteringsområdet är mycket lågt. Det finns ingen trend att följa eftersom uppgifter enbart finns för det senaste året, vilket i sin tur beror på att antalet nybörjare årligen legat under gränsen för det antal som behandlas statistiskt.

Andelen studenter med utländsk bakgrund är högre än andelen med arbetarbakgrund, men utgör ändå en relativt låg andel vid Handelshögskolan i förhållande till rekryteringsområdet.

Beträffande kvarvaro två år efter påbörjade studier – såsom redovisas för andra lärosäten i den här utvärderingen – kan sägas att det inte syns några signifikanta skillnader alls mellan studenter med högutbildade föräldrar och studenter med lågutbildade föräldrar. Detta beror framför allt på att antalet nybörjare årligen är så litet, men sannolikt också på att alla de som antas till Handelshögskolan är starkt motiverade och högt presterande studenter.

Utbildningsutbud

Handelshögskolan har ett enda program, Civilekonomprogrammet (från och med 2007 heter det "Ekonomutbildningen"), och ger inga fristående kurser eller andra typer av utbildningar på grundnivå. Inga förändringar av utbudet har skett sedan högskolan grundades. Under de två första åren läser studenterna kurser i företagsekonomi, nationalekonomi, juridik, statistik och finansiell ekonomi, och under det tredje och fjärde året fördjupar de sig genom att välja en av fem inriktningar inom vilken de också skriver sin uppsats. Utbildningen innehåller mycket schemalagd undervisning och studenterna läser alltid två kurser parallellt. Högskolan framhåller att professorer undervisar även förstaårsstudenterna.

Ingen högskoleförberedande utbildning ges.

Förändringar under perioden

Från hösten 2007 anpassar Handelshögskolan ekonomutbildningen till Bologna-modellen och ger istället två program: ett kandidatprogram (tre år) och ett efterföljande masterprogram med ett antal inriktningar (två år). Några inriktningar kommer att ges i samarbete med andra svenska och utländska lärosäten.

Studentrekrytering

Under de senaste tio åren har Handelshögskolan antagit ungefär 300 sökande årligen. Av dessa brukar omkring 60 procent vara från Stockholmsområdet och ytterligare 16 procent från de andra två storstadslänen. Fördelningen mellan könen har de senaste åren legat på ca 40 procent kvinnor och 60

procent män, vilket är en avsevärd minskning av männens andel på utbildningen.

Det krävs i princip högsta betygspoäng för att bli antagen. Hösten 2006 låg antagningsgränsen på 20,00.

Rekryteringsförutsättningar 2002–2005

Förutsättningarna för rekryteringen till Handelshögskolan har inte förändrats nämnvärt under de senaste åren. För att kunna vara med och konkurrera om att bli antagen måste den sökande ha högsta betyg i nästan samtliga kurser från gymnasieskolan.

Av de studenter som fullföljer sin utbildning vid Handelshögskolan har över 90 procent fått arbete tre månader efter examen och de har enligt rapporten "Civilekonomer i arbetslivet 2007"³ den högsta ingångslönen bland svenska ekonomer. Ungefär 20 procent av studenterna väljer ett arbete utomlands.

Allmän verksamhet för rekrytering

Handelshögskolans strategi för rekryteringsarbetet är att man vill nå de bästa studenterna i hela Sverige. Målsättningen är att studenter som har toppbetyg ska känna till Handelshögskolan och att alla ska känna sig välkomna att söka.

Rekryteringsarbetet bedrivs genom samarbete mellan antagningsenheten och informations- och marknadsavdelningen. Dessa avdelningar tar tillsammans fram årliga riktlinjer för hur ekonomutbildningen ska marknadsföras och hur rekryteringen av studenter ska gå till. Dessutom förekommer ett nära samarbete med högskolans studentkår.

På Handelshögskolans webbplats finns en kort video med studenter som berättar hur det är att läsa på HHS. Av de tre är två kvinnor och en man, två har svensk bakgrund och en har utländsk bakgrund.

Under 2005/06 prövade HHS ett simuleringsspel i gymnasieklasser. Spelet speglar en produktionslinje från början till slut och innebär möjlighet att ge en ny infallsvinkel på ämnet ekonomi. Efter den positiva respons som spelet mött används det även 2006/07.

Handelshögskolan genomför en veckolång introduktion som omfattar alla nybörjare och beskrivs som "ditt första steg in i gemenskapen på Handelshögskolan". Förutom den obligatoriska inskrivningsdagen hålls akademiska introduktionsdagar med föreläsningar och seminarier som ger verktyg för de fortsatta studierna. Högskolan ger också föreläsningar om stresshantering, högskolans alkoholpolicy samt hur man som student kan förhålla sig till bilden av Handelshögskolan och handelsstudenter. Introduktionsveckan har obligatorisk närvaro.

³ Corman, Civilekonomerna 2006

Verksamhet för breddad rekrytering 2003–2005

Mångfald är ett ledord i Handelshögskolans hela rekryteringsprocess, något som man menar genomsyrar annonsering, verksamheten med studentambassadörer, antagningsbroschyrer m.m. I riktlinjerna för rekryteringen skriver högskolan att "genom breddad rekrytering kan ekonomutbildningen på sikt få en mer heterogen studentgrupp vilket är en viktig kvalitetsfråga för hela Handelshögskolan". De lärosäten som man jämför sig med i Europa och Nordamerika har kommit långt i dessa frågor, och om Handelshögskolan ska leva upp till sin strävan att hålla "internationell toppklass" krävs enligt högskolan ett aktivt arbete för att bredda studentsammansättningen.

Handelshögskolan är noga med valet av de cirka 20 *studentambassadörer* som hjälper till att förmedla bilden av Handelshögskolan mot gymnasieelever. Strävan är att denna grupp ska vara så heterogen som möjligt, och de utbildas i bl.a. mångfaldsfrågor. Ambassadörerna besöker också områden och skolor varifrån HHS har få eller inga studenter – främst finns de i Norrland.

Rinkeby Business Lab är ett samarbetsprojekt med Rinkebyskolan med syfte främst att förbättra elevernas studieprestationer och ge dem behörighet till gymnasieskolan, men projektet är även tänkt att främja elevernas och Handelsstudenternas personliga utveckling. Eleverna får bland annat en mentor från HHS och möjlighet att starta ett företag i årskurs nio.

Studenter som förebilder, var benämningen på ett projekt som drevs via Stockholms akademiska forum (StAF) mellan 2002 och 2004. Projektet omfattade delar som "Skugga en student", läsläsningshjälp och en mångfaldsutställning, och finansierades med medel från Rekryteringsdelegationen. I Skugga en student fick 2 000 gymnasieelever från sex olika gymnasieskolor information om högskolestudier och erbjudande om att skugga en student från ett av de universitet/högskolor som deltog i satsningen. Ungefär 40 procent av de deltagande eleverna kom från en icke-akademisk hemmiljö. Handelshögskolan har fortsatt att erbjuda gymnasieelever att skugga en handelsstudent och annonserar aktiviteten på sin webbplats.

Olika barn leka bäst. Under 2003 och 2004 genomfördes två temadagar med ett nittiototal studievägledare, också med medel från Rekryteringsdelegationen. Syftet var "att visa att Handelshögskolan bedriver en bra utbildning för alla studenter oavsett bakgrund samt att väcka deltagarnas tankar kring hur de själva kan arbeta med mångfaldsfrågor." Dessa temadagar har följts upp med besök på gymnasieskolor. Inom projektet har också genomförts "Bli Handelsstudent för en dag", där intresserade gymnasieelever bjöds in för att se hur en dag som student kan se ut.

Reell kompetens och alternativt urval

Handelshögskolan antar varje år ungefär 30 studenter i en kvotgrupp kallad *särskilda meriter*. En förutsättning för att antas är att den sökande uppfyller

behörighetskraven och har ett avgångsbetyg på minst 18,0. Med särskilda meriter menas framstående prestationer inom konst, musik, idrott, teknik, humaniora eller entreprenörskap genomförda parallellt med gymnasieskolan. Syftet med antagningen på särskilda meriter är att kunna påverka i riktning mot en breddad studentpopulation samt att erbjuda sökande möjligheten att antas på andra meriter än enbart betyg och högskoleprovsresultat.

Uppföljning och utvärdering

Handelshögskolan distribuerar varje år en enkät till nybörjarna som bland annat innehåller frågan om vilka som påverkat dem att söka till just Handelshögskolan. En klar majoritet säger att de uppmuntrats av föräldrar eller vänner. Slutsatsen som högskolan drar är att detta gör det svårare att nå potentiella studenter vars omgivning inte känner till Handelshögskolan.

Handelshögskolan gör en uppföljning av nybörjarna efter en termins studier. De som då inte tagit några poäng kontaktas och erbjuds studievägledning. Denna process upprepas vid början av termin tre, då de som tagit få poäng kontaktas.

Högskoleverkets bedömning

Utfall i förhållande till förutsättningar

Handelshögskolan i Stockholm präglas av tradition och en känsla av gemenskap. Följaktligen förekommer få experiment med utbildningsutbudet, varken i syfte att förnya högskolan eller för att rekrytera nya grupper av studenter. Målet är att rekrytera de bästa studenterna. Högskoleverket ställer sig tveksamt till att de bästa studenterna endast finns koncentrerade i den snäva sociala grupp som i dag dominerar vid högskolan. Det finns alltså förmodligen vinster för Handelshögskolan att göra på att förmå icke-traditionella grupper att söka, vilket högskolan även påtalar i sitt arbete med breddad rekrytering.

Vissa förändringar har ändå uppnåtts, exempelvis en något jämnare könsfördelning bland studenterna på senare år.

Hur man arbetat med breddad rekrytering

Den informationssatsning för studie- och yrkesvägledare som genomförts är definitivt ett steg i rätt riktning. Att gymnasieelever tidigt blir informerade om vad som krävs för att bli antagen, och inte utsätts för föreställningar om "vilka som går på Handels", kan sannolikt påverka ansökningsbeteendet. Även aktiviteten "Skugga en student" och projektet med Rinkebyskolan kan bidra till att modifiera bilden av Handelshögskolan, i riktning mot ett utbildningsalternativ för fler. Vad som krävs för att verkligen påverka attityder är förmodligen faktiska förändringar inom rekryteringsmönster.

Antagningen på särskilda meriter är en alternativ väg in på Handelshögskolan som eventuellt skulle kunna utnyttjas i högre grad. Idag antar man cirka tio procent den vägen, fast man numera har möjlighet att anta 20 procent av studenterna på alternativt urval och använda antagningskriterier som är värdefulla i utbildningen och borgar för hög kvalitet.

I sitt enkätsvar till Högskoleverket förklarar Handelshögskolan att den absolut största selekterande faktorn avseende social och etnisk bakgrund är betygskraven vid antagningen. I de fall högskolan genomför lottningsförfarande finns ingen kontroll för hur många av de aktuella minoritetsgrupperna som har 20,0.

En annan svårighet som lärosätet beskriver, och som naturligtvis också ligger bakom de höga betygsnivåerna, är att Handelshögskolan betraktas som ett högstatuslärosäte. Detta kan avskräcka vissa personer att söka. I samtal som högskolan fört med gymnasieelever har det framkommit att de av sina studievägledare blivit avradda från att söka till Handelshögskolan med motiveringen att de "inte skulle passa in".

I olika informationsmaterial från Handelshögskolans lyfts gemenskapen fram som något mycket positivt. Vi kan förmoda att den bidrar till de få avhopp. Om den är generös och inkluderande kan den även fungera som en positiv kraft för de studenter som inte från början känner sig hemma i miljön och därmed förhindra avhopp samt gynna erfarenhetsutbyte.

Det fortsatta arbetet

Högskoleverkets uppfattning är att Handelshögskolan har skaffat en stor kunskap om såväl orsakerna till snedrekryteringen som vad som skulle behövas för att förändra den.

De utåtriktade projekten riktade mot grundskolan och gymnasieskolan finns det så vitt Högskoleverket kan bedöma goda skäl att fortsätta med och att ytterligare utveckla. I det arbetet kan det vara fruktbart att förutom studentambassadörer även använda alumner för att nå ut till potentiella studenter.

Handelshögskolan har konstaterat att familj och nätverk är mycket viktiga för studenternas val, och att detta gör det svårare att nå icke-traditionella Handelsstudenter. Det skulle kunna vara värdefullt för Handelshögskolan att utveckla rekryteringsaktiviteter för att kunna utnyttja de andra kanaler som studenterna identifierat som viktiga för deras val. Högskolan skulle även kunna utveckla både omfattningen och genomförandet av antagningsvägen "särskilda meriter".