



Årets Executive MBA-uppsatser presenterade — ledarskap i kris och förändring återkommande tema

Sista terminen på Executive MBA-programmet vid Handelshögskolan i Göteborg utgörs till största delen av en akademisk uppsats. Ett projekt som utmanar och resulterar i ny kunskap om företagsutveckling och ledarskap. Frågeställningarna är alltid aktuella och coronapandemin har påverkat ämnesvalen för årets uppsatser - flera av dem handlar om ledarskap i kris och förändring. Det gäller även den uppsats som Emily Holweck, vd på Öredev, och Matilda Örnmark, vd på Amoma Sverige, skrev om företagskulturens betydelse i en kris speglad genom tidigare forskning om "sensemaking" och "sensegiving".

Deltagarna på Executive MBA-programmet i Göteborg studerar på halvfart under 21 månader, samtidigt som de arbetar som chefer och ledare. Programmet fokuserar på ledarskap och företagsledning, ges på engelska och har stor andel internationella föreläsare. Det är uppdelat på fyra terminer med olika huvudteman; *From strategy to action*, *Managing Functions*, *Navigating in a changing world* och *Renewing business & Thesis work*. Den avslutande uppsatsen ger 15 akademiska högskolepoäng.

"Utbildningsinslagen om att leda i en föränderlig värld och att förnya organisationer blev extra aktuella i och med pandemins alla följder för företag i de olika branscher som deltagarna representerar. Det syns även i uppsatserna. Ledning i kris är ett återkommande tema och uppsatserna bjuder på spännande analyser och ny och väldigt aktuell kunskap", säger Håkan Ericson, vd, GU Executive Education.

Sensemaking och sensegiving som grund för analys

Emily Holweck och Matilda Örnmark fann varandra redan när de hamnade vid samma bord under programmets första utbildningsmodul hösten 2019. Att de skulle skriva uppsats tillsammans var självklart. Resultatet, som nyligen presenterades, har titeln *Enabling the strategic retreat: How can leaders influence the performance of their organisations during crisis?* Uppsatsen handlar om hur företagskultur och ledning påverkar och är förutsättningar för hur ett företag och dess medarbetare hanterar en krissituation. Ganska tidigt i processen bestämde de sig för att använda teorierna om sensemaking och sensegiving* som analysverktyg.

"Vi är båda två väldigt intresserade av företagskultur och ledarskap och blev mycket inspirerade av professor Gideon Kunda i modulen *Organisational Structure and Culture*, professor Pekka Mattila som ansvarade för *Change management* och Frank Stenman i modulen *Organisational Behaviour and Leadership*" säger Matilda Örnmark och Emily Holweck lägger till:

"Vi hade viss kännedom om sensemaking och sensegiving sedan tidigare och tyckte att teorierna förklarade en del av det vi såg i organisationen vi undersökte. Dessutom visade det sig att vår handledare, docent Andreas Diedrich, har stor kunskap om den forskningen. Han uppmuntrade oss."

Observerade intern interaktion

Matilda Örnmark och Emily Holweck studerade ett familjeföretag med ett 60-tal anställda vars verksamhet påverkades i hög grad när pandemin bröt ut. De intervjuade anställda och ledning. Målet med uppsatsen är att öka förståelsen för förändringsprocessen i en organisation som går igenom en kris genom att, med teorierna om sensemaking och sensegiving som analysverktyg, observera interaktionen mellan ledning och medarbetare. I uppsatsen visar de att en stark företagskultur och ett tydligt ledarskap med mycket transparens och kommunikation kan bidra till trygghet, skapa handlingskraft och medföra att en krissituation blir en möjlighet till utveckling.

”Pandemin innebar att många på företaget, inte minst vd och ledningspersoner, inte var på resande fot vilket de normalt oftast är, och att medarbetarna hade mindre att göra. I intervjuerna beskrev de hur situationen skapade tid och utrymme för diskussioner och strategiskt utvecklingsarbete; en slags strategisk retreat, vilket gav oss inspiration till titeln på uppsatsen”, berättar Matilda Örnmark.

Teori och empiri

Uppsatsskrivandet har varit både roligt och utmanande menar Matilda Örnmark och Emily Holweck.

”Vi har kreativa hjärnor och ibland krockade de med den akademiska formen som kunde kännas otymplig”, säger Emily Holweck och fortsätter:

”Men hela resan var väldigt rolig - det egna lärandet längs vägen, att få forska och upptäcka och förstå förhållandet mellan teori och empiri.”

Nu pratar de om att eventuellt skriva en bok, där de får ta ut de kreativa svängarna, och omsätter sina nya kunskaper i praktik.

”Man tar med sig teorierna in i det egna ledarskapet. Via uppsatsen har vi lärt oss mycket om vikten av värderingar och företagskulturens betydelse”, avslutar de båda.

*Teorin om sensemaking beskriver hur individer skapar förståelse i en oväntad eller förvirrande situation och hur de utifrån den förståelsen väljer att agera (*Weick, 1995; Maitlis and Christianson, 2014*). Sensegiving innebär att någon försöka påverka andras uppfattning och tolkning av vissa händelser i en särskild riktning (*Söderberg, 2003*).



Bilder:

1. Emily Holweck. Foto: Zinnie Pham Nilsson
2. Matilda Örnmark. Foto: Zinnie Pham Nilsson
3. Håkan Ericson. Foto: Nettan Kock

För ytterligare information, kontakta:

Håkan Ericson, VD, GU Executive Education
hakan.ericson@handels.gu.se, 0709 50 63 35

Emily Holweck, vd Öredev
holweck@yahoo.fr 0702 45 6 294

Matilda Örnmark, vd Amoma Sverige
matilda.ornmark@wegroup.se 076 113 95 61

Handelshögskolan vid Göteborgs universitet levererar Sveriges första AMBA-ackrediterade Executive MBA-program, företagsanpassade ledarprogram för internationellt inriktade företag på den nordiska marknaden, samt kortare öppna ledarprogram. Utbildningarna levereras i Sverige och globalt. Genom att kombinera akademisk tyngd med praktisk relevans utvecklar skolan sina kunders nyckelmedarbetare. Handelshögskolan vid Göteborgs universitet är en av drygt 100 handelshögskolor i världen som är Triple Crown-ackrediterad, d v s har de tre främsta internationella ackrediteringarna för handelshögskolor från AMBA, AACSB och EQUIS.
www.guexed.com

