Länsstyrelsen
Kalmar län

Medfinansieras av
Europeiska unionen

Vad ska du ta betalt? Prissättning som verktyg för ökad lönsamhet

I höst arrangeras kursen Prisstrategi och priskalkyl för ökad lönsamhet i lantbruksföretag. Under två dagar får deltagarna arbeta med priskalkyler, marknad, prisstrategier och förhandling. En viktig del av kursen är också studiebesöket hos Axelssons i Aby, där deltagarna får ta del av ett företags erfarenheter av att arbeta med pris och prissättning över tid. Priset börjar med att veta vad du behöver få betalt.



Rätt prissättning kan göra stor skillnad och stärka lönsamheten i företagen. Foto Pixabay

I lantbruket är det inte alltid möjligt att själv bestämma priset. Många företagare säljer på marknader där priserna påverkas av utbud, efterfrågan och andra faktorer. Det kan lätt leda till bilden av lantbrukaren som en renodlad prismottagare.

Men enligt Caroline Göransson, som är ansvarig för kursen, finns det fler möjligheter att påverka priset än vad många kanske tänker på.

– Lantbrukare kan påverka sitt pris i fler fall än vad vi många gånger tänker på, säger Caroline Göransson, från Ludvig & Co. Vi har en tradition av att vara prismottagare och inte prissättare i lantbruksbranschen och det ligger förstås något i att vi inte sätter pris i alla affärer vi gör, fortsätter hon. Samtidigt är det grundläggande att veta vad man behöver ha betalt för sina produkter för att vara lönsam och att kunna resonera och förhandla om pris.

Det första steget är därför att förstå sin egen kalkyl. Vad kostar det att producera varan eller tjänsten? Vilken ersättning krävs för att verksamheten ska vara lönsam? Och hur påverkas kalkylen om kostnaderna förändras?

Tre sätt att tänka kring pris

En priskalkyl ger en viktig grund, men den berättar inte hela historien. Ett pris behöver också sättas i relation till marknaden. På kursen tas tre olika perspektiv upp: kostnadsbaserad, konkurrentbaserad och kundbaserad prissättning.

Kostnadsbaserad prissättning utgår från vad produkten kostar att producera och vilken marginal som behövs. Konkurrentbaserad prissättning innebär att man tittar på vad andra tar betalt för motsvarande produkter eller tjänster. Kundbaserad prissättning handlar i stället om vilket värde produkten har för kunden och vad kunden faktiskt är beredd att betala.

Genom att väga samman de olika perspektiven går det att få ett bättre underlag för företagets prissättningsstrategi.

Det innebär också att prissättning kan handla om betydligt mer än att bara bestämma en siffra. Sortiment, produktpaketering och olika priser i olika situationer kan vara delar av samma strategi.

Att kunna förhandla för sin produkt

Att veta vad man behöver ta betalt är en sak. Att våga stå för priset och kunna argumentera för det är en annan. För lantbruksföretag kan kunskap om prissättning bli ett konkret verktyg för bättre lönsamhet – både när det gäller det man säljer och det man köper in.För många lantbrukare är förhandling en återkommande del av företagandet. Det kan handla om försäljning av djur eller tjänster, men också om inköp av det som behövs i verksamheten.



Henrik och Elin på Sörby gård berättar om nyttan med kursen. Foto Yvonne Eriksson

Henrik och Elin på Sörby Gård i Kil har gått kursen. De säljer dräktiga kvigor till mjölkproduktion och djur till slakt. För dem var förhandlingen en viktig anledning till att gå kursen.

– Som lantbrukare handlar det om förhandling i så många situationer. Det är inte bara att sätta ett pris, man måste kunna argumentera för det också. Vi ville helt enkelt känna oss tryggare i prissättning och förhandling. Man ska vara hård i sak och mjuk mot människor, det pratade vi om på kursen ler Henrik.

Efter kursen upplevde Henrik och Elin att de har fått många nya kunskaper som de kan använda i sin verksamhet.

– Det har varit en jättenytta. Vi har fått mycket bättre självförtroende och vågar sätta ett högre pris och stå för det. Vi har haft fakta förut, men är nu mycket bättre på att hitta argumenten och på att förhandla.

Studiebesöket ger kunskap från verkligheten

En särskild del av kursen är studiebesöket hos Axelssons i Aby. Här får deltagarna möjlighet att komma ut ur kurslokalen och möta ett företag som själva har erfarenhet av de frågor som kursen handlar om.

Axelssons i Aby berättar om hur de som företagare över tid har arbetat med pris och prissättning. Deltagarna får ta del av vad som har varit svårt, vilka erfarenheter företaget har gjort och vad de har lärt sig på sin företagarresa. Det blir ett tillfälle att se hur resonemang kring pris faktiskt kan se ut i ett företag och att få lära av någon som själv har behövt fatta besluten.

För den som arbetar med sitt eget företag kan den typen av erfarenhetsutbyte vara minst lika värdefull som själva teorin. Frågorna kring pris blir konkreta när de kopplas till verkliga situationer och erfarenheter från ett annat lantbruksföretag.



Jordgubbarna är ett av Axelssons i Abys signum och odlas både på friland och i växthus. Foto Louise Axelsson

Alla lantbruksföretag berörs

Det är lätt att tänka att prissättning framför allt är relevant för företag som säljer direkt till konsument, exempelvis genom gårdsbutik eller försäljning av köttlådor. Men prissättning är en fråga för betydligt fler.

Faktum är att alla lantbrukare behöver räkna på vad de behöver ha betalt och alla lantbrukare behöver kunna förhandla för sin produkt och förstå mekanismerna kring prissättning bättre.

Även när priset i praktiken påverkas av marknaden finns det alltså ett värde i att känna sin egen kalkyl, förstå sina alternativ och vara väl förberedd inför en förhandling.

Om kursen

Datum: 16–17 november 2026
Tid: 9.00–16.00
Plats: Axelssons i Aby, St Aby Kronogården, 577 96 Målilla
Kostnad: Kursen är kostnadsfri. Lunch och fika betalas till självkostnadspris.
Anmälan: Senast 2 november 2026 via Ludvig & Co

Kursen genomförs som en del av projektet Stärkt konkurrenskraft och är finansierad av Länsstyrelsen Kalmar län med medel från EU:s Strategiska plan.