



TÄVLINGSKRITERIER

ÅRETS VARA



Årets vara - GOTLAND 2026



Säljer ert UF-företag en egenhändigt framtagen eller är ni återförsäljare av en befintlig fysisk vara? Då kan ni tävla i Årets vara.

OBS! Är er produkt digital? Då kan ni inte tävla i Årets vara. Däremot går det bra att tävla i Årets tjänst eller andra tävlingar.

I den här tävlingen ska ert UF-företag visa att ni förstår kopplingen mellan prissättning, vara och marknad - det vill säga, finns det en efterfrågan av varan till satt pris. Ni ska visa att ni är ekonomiskt hållbara och har vinstsyfte.

Om UF-företaget använt AI under sitt UF-år, i sin verksamhet och/eller i samband med tävlingar, ska de förklara hur de har använt AI och reflektera över det. Med ett analytiskt och kritiskt tankesätt ska de beskriva hur användningen av AI har påverkat kvaliteten och processen.

UF-företaget ska beskriva:

- Varan, affärsidén samt en priskalkyl.
- Affärsmodell, försäljning, omsättning, resultat och marginal.
- Hur man prissatt och paketerat varan.
- Om det finns något som är nytt eller unikt med varan, har den en innovativ höjd?
- Om efterfrågan på varan funnits tidigare eller om ni skapat ett nytt behov.
- Hållbarhetsarbete - hur väl har UF-företaget arbetat med social, ekologisk och ekonomisk hållbarhet i sitt strategiska arbete och i sin dagliga verksamhet. Vilken målgrupp varan riktar sig till och hur den nås. Om marknadsföring av varan har resulterat i försäljning.
- Hur ni har säkerställt varans kvalitet.
- Om ni gjort en marknadsundersökning och hur resultatet i så fall blev.
- Hur varan levereras till kund. Är leveransprocessen hållbar?

"I den här tävlingen ska ert UF-företag visa att ni förstår kopplingen mellan prissättning, vara och marknad - det vill säga, finns det en efterfrågan av varan till satt pris."

Juryn bedömer:

Störst fokus ligger på de kursiva delarna men alla områden är viktiga i bedömningen.

1. **Produkten** - hur UF-företaget reflekterar över prissättning, behov och marknad, kvalitet och service.
2. **Försäljning** - har UF-företaget sålt sin vara och hur väl har det gjorts samt omsättning och vinst.
3. Innovativ höjd – hur innovativ och nytänkande är varan.
4. Hållbarhet - har företaget tagit hänsyn till hållbarhetsperspektivet i sin vara.
5. Ekonomi - UF-företagets förståelse för ekonomiska betydelse i företaget.
6. Lönsamhet – är det varan som skapat lönsamhet och är grunden i UF-företaget.

Tävlingsvärd:



Region
Gotland

Ett samhälle där alla unga får utveckla sin företagsamhet

Sedan 1980 har Ung Företagsamhet utbildat unga i entreprenörskap. Vi är en ideell och politiskt obunden organisation, som finns över hela landet. Vi inspirerar och tränar unga att i skolan utveckla sitt entreprenörskap och sina företagsamma förmågor – för en positiv samhällsutveckling. Vår vision är ett samhälle där alla unga får utveckla sin företagsamhet.

Var tredje elev som idag går ut gymnasiet har drivit ett UF-företag och totalt har över 640 000 gymnasieelever drivit UF-företag sedan vi grundades. Varje år jobbar vi med lärare och elever på drygt hälften av Sveriges grundskolor genom våra läromedel, utbildningar och inspirerande möten. Vi driver även vårt nätverk UF alumni som ger unga entreprenörer, tidigare UF-företagare, personlig utveckling, drivkraft att växa och ett unikt kontaktnät.

Forskning visar att elever som drivit UF-företag har bättre möjligheter efter skoltiden; de får oftare jobb, har färre arbetslöshetsdagar och startar oftare eget företag.

Det vinner både de unga och samhället på.



Scanna QR-koden om du vill du veta mer om oss.

