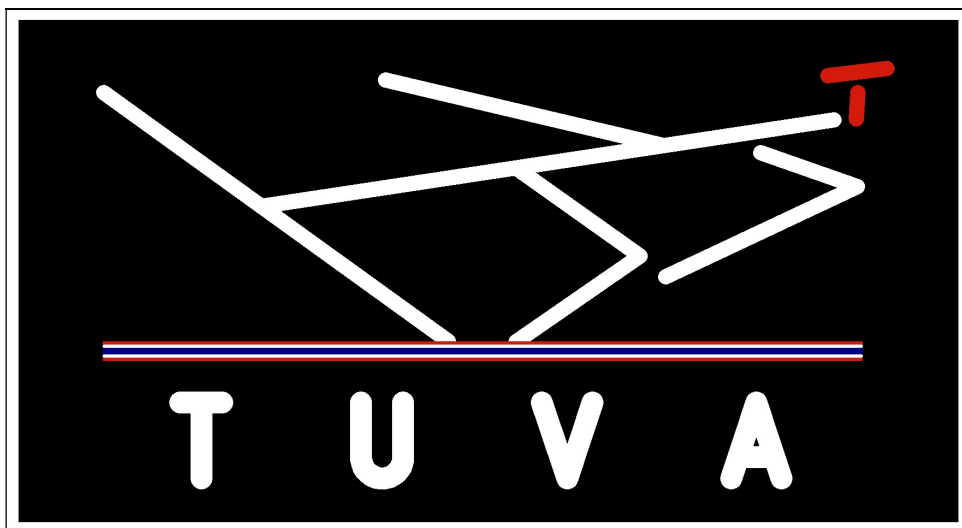


Forretningsplan for

Skifabrikkprosjekt på Geilo

TUVA SKI



INNHOLDSFORTEGNELSE:

1. Forretningsidé
2. Personopplysninger
3. Produkt/tjeneste og produksjon
4. Marked
5. Markeds- og salgsaktiviteter
6. Økonomi
7. Klima og Miljø
8. Kapitalbehov og finansiering

Vedlegg: Forretningsmodellen
SWOT Analyse

1. FORRETNINGSIDÉ

Forretningsidé	
Bedriften min er en Skifabrikken på Geilo som produserer "Tuva-ski". Tuva langrennsski vil bli et unikt produkt som skiller seg ut fra konkurrentene takket være kvaliteten på finishen og produksjonsdetaljer, med bruk av moderne teknologi. Materialene som brukes vil være edle, som treverket vokst i Hallingdal, men også moderne, som karbonfiber og resirkulerte materialer (papp). Som utgangspunkt er planen å produsere den typen ski som er mest brukt av nordmenn, en klassisk langrennski (felleski eller smøreski). Målet er å tilby en unik førsteklasses ski som kan tilpasses, for individuelle forbrukere eller bedrifter som hoteller, sportsbutikker, ski resort, selskaper i ski verdenen (skiklær og tilbehør), sponsorselskaper som bruker ski som kommunikasjonsmiddel. Tilpasnings detaljer kan være design på topplag og såle, men også funksjonen til skien gjennom spenn, konstruksjon og materialvalg. Ønsket er også å utvikle samarbeid med kunstnere som bruker skikultur i verkene sine.	

Opplysninger om bedriften

Bedriftens navn	Tuva Ski
Organisasjonsnr. 9 siffer (dersom bedriften er registrert i Brønnøysund)	936241425
Postadresse	Geilolie 68
Postnr. og -sted	3580 Geilo
Besøksadresse	Nedre Lienvegen 14, 3580 Geilo
Telefonnr.	+47 917 66 739
Telefaksnr.	
E-postadresse	sylvain@tuvaski.no
Web-adresse	tuvaski.com (Jeg har reservert domenet, nettsiden er under bygging)
Bedriftens kontaktperson	Sylvain Fanjas-Claret
Bankforbindelse og kontaktperson	Halvor Larsen 95163616 hla@sognbank.no
Regnskapsfører	-
Revisor	-
Styreleder	Sylvain Fanjas-Claret
Selskapsform	Enkeltmannsforetak
Bransje	Vintersportsutstyr

2. PERSONOPPLYSNINGER

Navn	Sylvain Fanjas-Claret	Personnr.	290683 11525
Bostedsadresse	Geilolie 68	Privat telefon	
Postnr.	3580	Mobiltelefon	91766739
Poststed	Geilo	E-postadresse	s.fanjas@gmail.com
Nåværende stilling	Jeg forlater racingsjefstillingen min i Madshus		
Utdanning			
BACHELOR i Sciences and Techniques of Physical and Sports Activities. Spesialitet "Training". Sept 2002-Jun 2006			
Nasjonal sertifisering av langrennsinstruktør. 2000-2002			
Nasjonal sertifisering av alpin skiinstruktør. 2012-2014			
Yrkeserfaring			
Internasjonal Racing sjef, MADSHUS 2022-nåtid • Racing budsjettstyring (12 millioner NOK) • Budsjett forecast (Utsyr, Løpere stipend, Reising) • Forhandling av alle utøvernes kontrakter • Ansvarlig for 3 fast ansatt og 6 konsulenter • Ansvarlig for utvikling av racing produkter • Organiserer Internasjonal racing programmet på Langrenn, Skiskyting, Langløp og de ulike nasjonale programmene • Racing service (Ski testing, produktjustering)			
Langrenn Racing Ansvarlig, MADSHUS 2019-2022 • Representerer Madshus i langrenn verdenscupen • Ski plukk (oppfølging ski produksjon, ski måling, slip) • Utvikling racing produkter • Bestillingene og budsjett oppfølging • Racing service (Ski testing, produktjustering)			
Skiskyting Racing Ansvarlig, ROSSIGNOL 2011-2019 • Representerer Rossignol i Skiskyting verdenscupen • Ski plukk (oppfølging ski produksjon, ski måling, slip) • Forhandling av kontrakter for skiskytterutøvere • Utvikling racing produkter • Bestillingene og budsjett oppfølging • Racing service (Ski testing, produktjustering)			

Har du arbeidserfaring eller utdanning som har spesiell betydning for etableringen, evt. hvilken?	
Mine erfaringer hos Madshus og Rossignol har gitt meg tverrfaglig erfaring som kombinerer budsjettstyring, skiutvikling, produktmarkedsføring, kommunikasjon på sosiale media samt utvikling av et stort internasjonalt nettverk.	
Hvilke personlige egenskaper har du som gjør deg spesielt egnet til å etablere og drive egen bedrift?	
Min tverrfaglige erfaring innen markedsføring, produktutvikling, økonomisk planlegging, budsjettstyring og kommunikasjon er for meg nøklene til suksessen til et slikt prosjekt.	
Jeg er en hardtarbeidende person.	
Jeg er en altnuligmann som liker nøye og flittig arbeid.	
Referanser	
Jeg har deltatt i seieren av totalt 10 verdenscup sammenlagt og 26 olympiske medaljer med Martin Fourcade, Dorothea Wierer, Harald Østberg Amundsen, Sturla Holm Lægreid	
Har du deltatt på noen form for etablereropplæring, evt. hvilken ?	
• «Fra Idé til Marked» Webinar for Gründere og oppstartbedrifter med Innovasjon Norge (2/10/2025) • Webinar for Self Employed Businesses, Skatteetaten (28/10/2025)	
Navn på evt. rådgiver/konsulent	Erik Leander Paule (Hallingdal Etablerersenter)

Beskriv kort hvorfor du ønsker å etablere din egen bedrift, og hvilke ambisjoner du har.
Med 14 års erfaring med langrennsutstyr, ønsker jeg å skape mitt eget prosjekt med mine verdier. Etter å ha klart å gjenvinne en skipresse har jeg nå muligheten til å støpe mine egne ski, med fokus på kvaliteten på produktene og finishen. Jeg kan velge naturlige, lokale materialer som respekterer miljøet og lokale leverandører. Og fremfor alt kan jeg bruke min lokale kunnskap i et presisjonshåndverksprosjekt.

Beskriv ditt personlige nettverk som kan bistå deg i forbindelse med etableringen.			
Navn	Telefonnr.	Stilling	Rolle/bidrag i prosjektet
Martin Haaland	47869731	Haaland lift styrer	Rådgiver og tilbyr lokaler
Dominique Locatelli	+33607436929	tidligere utviklingssjef Rossignol	gir råd om den tekniske delen og materialene
Halvor Flatland	95781493	Tidligere Innovasjon Norge Divisjonsdirektør	Råd om etablering av bedrift
Nils Hult	91759398	Tidligere Madshus CEO	teknisk rådgivning og salg
Endre Hals	92408194	Grunnleggeren Evi Ski	teknisk rådgivning
Christian Alary	+33682945799	Grunnleggeren Fabrique du ski	råd om etablering av en lokal skifabrikk (Alpint ski)

3. PRODUKT/TJENESTE

Beskriv dine produkter og/eller tjenester. Hvilke spesielle egenskaper og/eller muligheter har ditt produkt? Hvilke hindringer finnes?

Jeg tilbyr et langrenn ski som har som mål å møte behovene til hoveddelen av markedet og majoriteten av forbrukerne. Jeg tilbyr et ski der utviklingen fokuserer på "performance"-segmentet:

- brukervennlighet
- materialenes lette vekt
- lett feste og god glid.

Jeg vil fremheve opprinnelsen til materialene som er brukt:

- Tre som vokste i Hallingdal (osp)
- Resirkulering av emballasje kartong for konstruksjonen av kjernene.

Jeg tilbyr et unikt produkt (nisjeprodukt): En personlig ski. Tilpasningen vil være visuell og funksjonell

Produksjonen min vil være lokal med presisjons kunnskap.

"Hand Made in Geilo-->Hallingdal-->Norway"

Jeg ønsker å samarbeide med lokale interessenter, designeren, trykking av design (Hallingdal trykk), produksjon av former (Normec) og innkjøp av tre (Ål trelast).

Jeg tilbyr et produkt som er designet for å vare over tid, som kan repareres og vedlikeholdes.

Jeg ønsker også å samarbeide med kunstnere for å øke det unike og eksklusive aspektet ved produktet.

Beskriv hvordan produksjonen av produktet/tjenesten skal foregå fram til det er leveringsklart.

Jeg ønsker ikke å ha lager, men kun å bygge produkter på bestilling gjennom et B2B- og B2C-distribusjonsnettverk.

Når jeg henter bestillinger fra profesjonelle eller private kunder, må jeg ta hensyn til spesifikke forespørsler når det gjelder design eller spenn (vekt, type praksis)

Deretter forbereder jeg disse elementene, som kan være spesifikke avhengig av forespørselene. Glass- og karbonfibrene vil være spesifikke for forespørselen og kundens praksis. Topp-sheet vil bli designet, silketrykket eller trykket med sublimering. Dette trinnet vil i utgangspunktet være i samarbeid med hallingtrykk på GOL.

De spesifikke elementene på sålen vil bli laget med en CNC-fresemaskin eller også ved sublimering på gjennomsiktig såle

Etter å ha forberedt de forskjellige elementene, skal de limes med epoksylin og presses i pressen min med et justert spenn.

Resten er en del av etterbehandlingen, skjæring rundt skien, sliping av sålen, montering av fell, klargjøring av kantene, liming av platen (Rottefella), spenn måling.

Levering vil bli gjort personlig så mye som mulig eller med forsendelse i Norge og utlandet.

Beskriv hvilke underleveranser av varer/tjenester du trenger, og hvordan du skal sikre disse.

Jeg trenger råvarer. Målet er å finne produsenter så lokale som mulig.

treverk til kjernen: Jeg vil bruke tre (osp) gjennom Ål trelast

Papp til innsiden av kjernen: Resirkulert papp samlet inn i Geilo-butikker

Jeg har enda ikke kontaktet Hallingplast angående et mulig samarbeid for levering av glassfiber og karbon og epoxy lim, men jeg tror det er en mulighet. Det finnes andre produsent i Norge hvis jeg kan ikke samarbeide med Hallingplast.

Dessverre er noen produkter svært spesifikke og kan ikke finnes i regionen eller i Norge. Karbon og glass fiber.

- Det Top-sheet kommer fra en spesifikk østerriksk produsent
- Såle kommer fra en spesifikk tysk produsent

Jeg ønsker å samarbeide med Hallingdal trykk for trykking av design

Jeg vurderer også å bruke frilansdesignere i tillegg

4. MARKED

Beskriv kundene nærmere. Hvilke kundegrupper skal du selge til, hva er deres kjøpsvaner, hvor ofte kjøper de, hvor mye kjøper de, betalingsevne etc. ?

Her er kundesegmentet mitt:

- Hytteeiere i langrennsskianlegg. en velstående kundekrets som ser etter et eksklusivt og unikt produkt
- Gjennomsnittlig norsk skibruker som ser etter et spesielt og unikt produkt. Felleski utgjør 90% av det som går ut i Norsk markedet
- Bedrift, forhandler, hotell, privatperson som ønsker et personlig produkt
- Jeg tar for meg «Performance» segmentet. «Performance» Segmentet som oppnår det høyeste salgsvolumet (spesielt i Norge). «The Endurance Skin» er den mest solgte modellen fra Madshus, en modell i hjertet av dette segmentet. Dette segmentet samsvarer mest med gjennomsnittlig praksis i Norge, men samsvarer mindre i andre land som Sentral-Europa.

Hva vektlegger kundene ved valg av leverandør av denne type produkter/tjenester (kjøpskriterier)?

De 3-5 viktigste kjøpskriteriene i prioritert rekkefølge, og kommenter din evne til å innfri disse i forhold til konkurrentene.

Kjøpskriterier	Min evne til å innfri disse (komme i posisjon i markedet).
Kvalitet	Kvaliteten på det ferdige produktet er det sentrale punktet i prosjektet mitt. Ved å bruke en håndverksmessig prosess kan jeg jobbe med produksjonsdetaljer som industrielle prosesser ikke tillater av hensyn til produksjonsøkonomi.
Design	Design er et viktig punkt i forbrukerens valg. Prosjektet mitt har som mål å skille seg ut fra konkurrentene ved å tilby kunstnerisk kreativitet og åpenhet for å fremheve edle materialer som tre og karbon. Tilpasning av innredningen er åpenbart også et element for å skille seg ut fra konkurrentene.
Pris	Ved å tilby et eksklusivt nisjeprodukt er salgsprisen høyere enn gjennomsnittet til konkurrentene mine. Likevel forblir prisen rimelig og nær et high-end-produkt uten noen reduksjon fra konkurrentene mine.
Funksjon	Tanken er å fokusere utviklingen på «Performance»-segmentet for å tilby produktytelse som møter de ønskede kundenes behov. Motsatt fokuserer konkurrentene mine utviklingen på Racing produkter og anvender disse forbedringene i andre segmenter.
Service	Ved å skape en småskala håndverksbedrift, tar forholdet til klientellet sikte på å gjøre en forskjell og tilby en eksklusiv tjeneste både oppstrøms og nedstrøms i forhold til salg. Jeg ønsker å tilby et produkt som varer over tid og kan repareres og omslipes.

Nærmere om markedet.

Geografisk område produktene/tjenestene skal tilbys i.

Skiene mine ønsker åpenbart å nå det lokale markedet fordi det er utviklet. Geilo er et ekstremt utviklet turistområde for langrenn.

Jeg ønsker imidlertid å utvikle et forhandlernettsverk med hyperspesialister i Norge og i utlandet. Faktisk har jeg i nettverket mitt spesialiserte forhandlere som ser etter unike og avanserte produkter, i Sentral-Europa, Nord-Amerika og Øst-Europa.

Dette salget kan gjøres gjennom et distributørnettverk, men også via nettstedet

Hvor stort er markedet, målt omtrentlig i kroner og antall kunder?

Skimarkedet i verden:

I 2021, for fire år siden, ble det globale markedet anslått til mellom 1 200 000 og 1 400 000 par ski.

I dag har det totale markedet sunket betydelig, og er verdsatt til 800 000 og 900 000 par.

Skimarkedet i Norge:

Over 1,6 millioner nordmenn gikk på ski i 2021. Langrenn er en populær aktivitet i Norge, og dette gjenspeiles i et stort og aktivt marked for utstyr.

260 000 par langrennsski ble solgt i Norge vinteren 2022/2023

Etter en økning i covid-perioden, det er en nedgang i salg av langrennsski (2023 - 2025).

Felleski utgjør 90% av det som går ut.

Store selskaper, som SpareBank 1, Equinor, Elon, Spar, Coop, Burger King, Ragde Charge, Ramudden, Aker, Veidekke har vært viktige sponsorer for langrenn som idrett, og støtter sporten på ulike måter.

Hvordan tror du markedet vil utvikle seg fremover?

Ved slutten av Covid-19-perioden er markedet overraskende høyt og har forvrengt prognosene for de påfølgende årene. Markedet var kunstig høyt etter Covid-19, og dette lurte de ulike interessentene. I dag har markedet falt og gjør skøkonomien vanskelig, i tillegg til den betydelige økningen i råvarepriser på grunn av den russisk-ukrainske konflikten. Det virker rimelig at markedet vil stabilisere seg på rundt 1 million par per år over hele verden.

Hvem er de største konkurrentene? Hvilke styrker og svakheter har de? Hvordan oppfattes de i markedet?

	Fischer	Rossignol	Madshus	Salomon	Atomic	Åsnes	Kästle	Peltonen
Type konkurrenter	direkte	direkte	direkte	direkte	direkte	indirekte	direkte	direkte
Sted	Ried Østerrike	St Jean de Moirans Frankrike	Biri Norge	Annecy Frankrike	Altenmarkt Østerrike	Voss Norge	Hohenems Østerrike	Heinola Finland
Opprettelse	1924	1907	1906	1947 (Ski kant)	1955	1922	1924	1945
Omsetning (2024)	163,8 millioner € Finor: 137 millioner NOK	372 millioner € Rossignol AS: 24,5 millioner NOK	224 millioner NOK	Amer Sport 5,18 Milliarder US\$ Amer Norge 379,8 millioner NOK		Active Brands: 1,2 milliarder kroner	9 millioner €	5,8 millioner €
Tilby	alle segmenter	alle segmenter	alle segmenter	alle segmenter Lavt Tilbud i BC	alle segmenter Lavt Tilbud i BC	BC (+Touring)	Alle segmenter unntatt BC	Alle segmenter
Geografisk plassering	Verden over Leder i hvert land	tilstede i alle land Sterk i high-end markeder som Sveits	tilstede i alle land Nesten medleder i Norge, mindre sterk i utlandet	tilstede i alle land litt svak i Skandinavia, men går raskt fremover	tilstede i alle land prioritere visse markeder som Skandinavia	Nesten eksklusivt markert i Norge	tilstede i alle land utvikler seg i distribusjon	tilstede i alle land Hovedsakelig det finske markedet
Salgspitch	Markedslederen selger best produkter	kvalitet før kvantitet	Det norske skimerket	Letthet	Teknologi på hvert nivå	Turglede	Racing produkt	On track since 1945
Pris for high-end-produktet Pris for middels feleski	Speedmax 11000Nok Twin Skin Pro 4700Nok	X-iium Prem 9000Nok R- skin 4500Nok	Redline 8600Nok Endur. Skin 4800Nok	S LAB 9000Nok* MAX eSKIN 7500Nok*	Redster 10500Nok* P Skintec 5500Nok*	Mountain Race 4500Nok	RX10 7500Nok XP30 4500Nok	SupraX 6700Nok G-Grip 4000Nok
Distribusjonskanaler	Wholesaler →Retailer	Wholesaler →Retailer	Wholesaler →Retailer	Wholesaler →Retailer	Wholesaler →Retailer	Norge: Forhandler Internasjonal: Online	Wholesaler →Retailer	Wholesaler →Retailer
Kommunikasjon	hovedsakelig gjennom racing, litt om fritid	99% gjennom racing	99% gjennom racing	hovedsakelig gjennom racing, litt om fritid	hovedsakelig gjennom racing, litt om fritid	hovedsakelig gjennom oppdagelsesreisende og friluftsliv	Balanse på de ulike segmentene	hovedsakelig gjennom racing
Sterke poeng	Lokal tilstedeværelse i alle land. kraften til Finor	Seriøst og strukturert selskap	Et virkelig sterkt lokalt marked	Kommunikasjon Støtter av Running	Er en del av Amer gruppen	bilde som holder seg til den norske ånden	Dynamikk	Sterkt lokalt marked
Svak punkt	krig i Ukraina Største fabrikk i Ukraina	er fornøyd med 2. plassen	Gruppe med kun skimerker (EOC)	fortsatt svak i Norge	Markedsføring betinget av alpint	Produkt eksklusivt for nordmenn	Merkevareimage fortsatt svakt	Utdatert merkevarebilde

5. MARKEDSFØRINGSTILTAK - MARKEDSPLAN

Markedsaktivitet	Mål med aktiviteten	Tidsperiode	Kostnad (kroner)
Åpning av ulike sosiale media	Først Teaser	Januar 2026	
SEO Strategi Nettside	Synlighet på internett	Mars 2026	20000 Nok
Opptak av innhold i vinterforhold	Innhold for Sosial media og nettside	Februar 2026	10000 Nok
Til stede i Skarverennet-butikken	Første fysiske Kick off	April 2026	
Offisiell lansering	Film på sosial media/nettside	Sept 2026	
Offisiell lansering – Ambassadører mottar skiene	Nettverksambassadørene mine mottar et par personlige ski og legger ut innhold på sosiale media	Okt 2026	20000 Nok
Torsby Ski test for butikker	Gjør Tuva kjent for fagfolk	Sept 2026	15000 Nok
Pressemelding om prosjektet	kommunikasjon på mitt journalistnettverk	Okt 2026	
Til stede på Geilo bondens marked	Gjør Tuva kjent lokalt	Okt 2026	
Sum markedsføringskostnader			65000 Nok

6. ØKONOMI

6.1 Produktkalkyle

Produktkalkyle	Kroner
Vanlig Ski (Direkte Salg)	7000 Nok
Vanlig Ski (Distributør – sportsbutikk) 60% av vanlig ski på direkte salg	4200 Nok
Personlig Ski Privat	13000 Nok
Personlig Ski Bedrifter	10000 Nok
Personlig Ski (gjennom Distributør – sportsbutikk)	9100 Nok

B6.2 Salgsbudsjett

Salgsbudsjett																			
År	2026						2027						2028						
Produkter	Vanlig Ski		Personlig Ski				Vanlig Ski		Personlig Ski				Vanlig Ski		Personlig Ski				
	direkte salg	distributør	Privat	Bedrifter	Distributør		direkte salg	distributør	Privat	Bedrifter	Distributør		direkte salg	distributør	Privat	Bedrifter	Distributør		
Produktpris Nok	7,000	4,200	13,000	10,000	9,100	Total	7,000	4,200	13,000	10,000	7,800	Total	7,000	4,200	13,000	10,000	7,800	Total	
Januar	0	0	0	0	0	kr -	4	2	2	4	2	kr 118,000	4	2	2	4	3	kr 125,800	
Februar	0	0	0	0	0	kr -	4	2	4	4	2	kr 144,000	4	2	4	4	3	kr 151,800	
Mars	0	0	2	4	0	kr 66,000	4	2	4	4	2	kr 144,000	4	2	4	4	3	kr 151,800	
April	0	0	2	0	0	kr 26,000	4	0	4	0	0	kr 80,000	4	0	6	0	0	kr 106,000	
Mai	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	
Juni	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	
July	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	
August	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	0	0	0	0	0	kr -	
September	0	10	0	0	0	kr 42,000	0	10	0	0	0	kr 42,000	0	12	0	0	0	kr 50,400	
Oktober	5	10	0	0	0	kr 77,000	0	10	0	0	0	kr 42,000	0	12	0	0	0	kr 50,400	
November	8	0	6	10	3	kr 261,300	10	0	6	6	5	kr 247,000	10	0	8	8	6	kr 300,800	
Desember	8	0	10	4	6	kr 280,600	10	0	10	4	8	kr 302,400	10	0	12	6	10	kr 364,000	
Antall par	21	20	20	18	9	88	36	26	30	22	19	133	36	30	36	26	25	153	
Total	147,000	84,000	260,000	180,000	81,900	kr 752,900	252,000	109,200	390,000	220,000	148,200	kr 1,119,400	252,000	126,000	468,000	260,000	195,000	kr 1,301,000	

6.3 Driftsbudsjett

kostnad for et par ski (råmateriale)	kr 2,000
--------------------------------------	----------

Driftsbudsjett			
Periode	Budsjett 2026	Budsjett 2027	Budsjett 2028
Sum Driftsinntekter (Salgsbudsjett)	kr 752,900	kr 1,119,400	kr 1,301,000
Variable kostnader:			
Total antall Ski	88	133	153
Råvarer kostnad (Antall Ski x Kostnad/ski)	kr 176,000	kr 266,000	kr 306,000
Vrak og Reklamasjon (8% Antall Ski x Kostnad/ski)	kr 14,080	kr 21,280	kr 24,480
Sum Variable kostnader	kr 190,080	kr 287,280	kr 330,480
DEKNINGSBIDRAG	kr 562,820	kr 832,120	kr 970,520
Indirekte kostnader:			
Lønn, inkl sosiale kostn.	kr -	kr -	kr -
...	kr -	kr -	kr -
Strøm	kr 15,000	kr 18,000	kr 18,000
Leie av lokaler	kr 30,000	kr 36,000	kr 36,000
Renhold	kr -	kr -	kr -
Kommunale avgifter	kr 10,000	kr 12,000	kr 12,000
Regnskap	kr -	kr -	kr -
Revisjon	kr -	kr -	kr -
Kurs	kr -	kr -	kr -
Kontorutstyr/kontorrekvisita	kr 8,000	kr 9,600	kr 9,600
Telefon/elektronisk kommunikasjon	kr 10,000	kr 12,000	kr 12,000
Andre driftskostnader	kr 10,000	kr 12,000	kr 12,000
Reisekostnader	kr 30,000	kr 36,000	kr 36,000
Markedsføring	kr 65,000	kr 45,000	kr 45,000
Forsikringer	kr 12,000	kr 14,400	kr 14,400
	kr -	kr -	kr -
	kr -	kr -	kr -
	kr -	kr -	kr -
Sum indirekte kostnader	kr 190,000	kr 195,000	kr 195,000
		kr -	kr -
DRIFTSRESULTAT	kr 372,820	kr 637,120	kr 775,520
		kr -	kr -
Renteinntekter	kr 12,960	kr 12,960	kr 12,960
Rentekostnader	kr 64,800	kr 64,800	kr 64,800
	kr -	kr -	kr -
	kr -	kr -	kr -
	kr -	kr -	kr -
Netto finanskostnader	kr 51,840	kr 51,840	kr 51,840
	kr -	kr -	kr -
RESULTAT	kr 320,980	kr 585,280	kr 723,680

Disponering av resultat	
Driftsbudsjettet er beregnet for en enkeltforetakk. Overskuddet brukes deretter til min personlige inntekt i utgangspunktet, men målet er også å investere i nye skiformer og verktøy for å forbedre produkttilbudet og detaljhandelskvaliteten. Jeg vurderer også å opprette et selskap i AS på mer eller mindre kort sikt (januar 2026), noe som ville passe bedre til min driftsmåte.	

B6.4 LIKVIDITETSBUDSJETT

	2026												
Periode	Januar	Februar	Mars	April	Mai	Juni	Juli	August	Sept	Okt	Nov	Des	Total Beløp
Inngående beholdning (i starten av måneden)	200,000	174,080	159,760	185,700	193,800	176,980	160,160	143,340	-2,000	2,780	34,860	202,120	
Innbetalinger													752900
Salg	0	0	66,000	26,000	0	0	0	0	42,000	77,000	261,300	280,600	752900
Annet salg													0
Innovasjon Norge ?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hol Kommune ?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Andre inntekter ?	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sum innbetalinger	0	0	66,000	26,000	0	0	0	0	42,000	77,000	261,300	280,600	752900
Utbetalinger													502120
Varekjøp (25% av Ski kostnad) Cap/Laminate	12,960	0	0	0	0	0	0	72,360	0	0	0	0	85320
Underleverandører (25% av Ski kostnad)	0	0	3,240	1,080	0	0	0	0	5,400	8,100	14,580	15,120	47520
Varekjøp (50% av Ski Kostnad) Såle/Fiber/Lim	8,640	0	0	0	0	0	0	56,160	0	0	62,640	0	127,440
Total Indirektr Kostnader (fra Resultatbudsjett)	0	10,000	32,500	12,500	12,500	12,500	12,500	12,500	27,500	32,500	12,500	12,500	190000
Total Finanskostnader (Fra Resultatbudsjett)	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	4,320	51,840
Sum utbetalinger	25,920	14,320	40,060	17,900	16,820	16,820	16,820	145,340	37,220	44,920	94,040	31,940	502120
Utgående beholdning (i slutten av måneden)	174,080	159,760	185,700	193,800	176,980	160,160	143,340	-2,000	2,780	34,860	202,120	450,780	

7. KLIMA OG MILJØ

Beskriv nærmere.

Jeg har et sterkt ønske om å sette miljøkomponenten i sentrum for prosjektet mitt.

Dette er et personlig ønske og en nødvendighet med tanke på global oppvarming og dermed forstyrrelsen av vinterforholdene for langrenn.

Jeg vil også fremheve dette som et salgsargument for å differensiere meg fra konkurrentene mine.

Miljøpåvirkning

- Skiene blir ikke pakket, men bare festet med et par skistropper.
- Til frakt ville jeg brukt pappesker hentet fra distributører
- Vannnettverket for oppvarming og kjøling av pressen er en lukket krets som gjenbruker vann

Miljøtiltak

Jeg velger å bruke lokalt produserte resirkulerbare materialer så mye som mulig

- Osp-tre, som vokser i Hallingdal
- Resirkulert papp

Grønn profil som fordel

- fremheve selskapets økologiske engasjement på en faktuell måte

B8. KAPITALBEHOV OG FINANSIERING

Investering i utviklingsfasen for å teste markedet og produktene			
Perioden i utviklingsfasen: Septmeber 2025 til Februar 2026			
Investeringsobjekt	Beskrivelse	Estimert kostnad (NOK)	Tidslinje
Ski presse	Oppkjøp på Madshus	kr 5,000.00	August 2025
skiform i prøvestørrelse 198	Aluminium Form	kr 65,000.00	Fram til januar 26
Formdesign	Dataassistert design	kr 20,000.00	Fram til november
Råvarer for å lage prototypene	Tre, Såle, Lim, Fiber	kr 8,000.00	fram til november
høytrykkskompressor	oppnå et lufttrykk på 14 bar	kr 15,000.00	September
Vanlig kompressor	drift av maskiner	kr 5,000.00	Oktober
Presse varmt- og kaldtvann	vannssirkulasjonssystem	kr 20,000.00	Oktober
100 Timer Markedundersøkelse	Marked undersøkelse	kr 40,000.00	fram til Februar
100 Timer Prototyping	Produksjon av prototyper	kr 40,000.00	fram til Februar
Total Investering		kr 218,000.00	

Investering i driftsfasen			
Starten av driftsfasen Februar 2026			
Investeringsobjekt	Beskrivelse	Estimert kostnad (NOK)	Tidslinje
skiform i Størrelse 205	Aluminium Form	kr 65,000.00	Februar 26
skiform i Størrelse 191	Aluminium Form	kr 65,000.00	Februar 26
Formdesign	Dataassistert design	kr 40,000.00	Januar 26
CNC Fres	For å tegne sålene	kr 10,000.00	Januar 26
Båndslag	Forberedelse av elementer	kr 10,000.00	Februar 26
Små verktøy og rekvisita	Forberedelse av elementer	kr 10,000.00	Februar 26
Fres	kuttes ut etter støping	kr 15,000.00	Februar 26
Båndsliper	finishene	kr 5,000.00	Februar 27
Ski Slipmaskin	Såleforberedelse	kr 200,000.00	September 26
Total		kr 420,000.00	

Forretningsmodellen

Partnere

- **Råvareprodusent** Tre, glassfiber, karbonfibre, lim, såle
- **Bygningseier**
- **Trykkeri** (Design)
- **Designer**
- **Kunstnere**
- **Kommune**
- **Sportsbutikk**, svært begrenset antall 'hyperspesialister'
- **Butikk distributør i utlandet** (Sverige, USA, Frankrike, Tyskland, Finland, Canada)
- **Kundeselskapet** (Hotell, Ski resort, store selskaper)

Kjerneaktiviteter

Produksjon og salg av langrennsski

Ressurser

- **Kunnskap**
- **Produksjonsverksted**
- **Skipresse**
- **Nettsted og sosiale media**

Verdiløfte

- **Førsteklasses visuell kvalitet ski**
- **Førsteklasses funksjonelle kvalitet ski**
- **Håndlaget i Norge på Geilo**
- **Bruk av lokale råvarer**
- **Et nisjeprodukt som kan brukes av folk flest som står på ski**
- **Ingen produkter på lager, kun på bestilling**

Kunderelasjon

- **Sosiale Media**
- **Nettside**
- **ansikt til ansikt på Geilo og Skarverennet, Vasaloppet, Birkebeiner, Ski-test**
- **kundeservice telefon email**

Kanaler

- **BtoC** ved å selge på nettsiden og gjennom direktesalg (bedrift, lokale kunder)
- **BtoB** gjennom distribusjon av et lite antall hyperspesialiserte forhandlere i Norge og utlandet

Kundesegment

- **hytteeiere i langrennsskianlegg**
- **Gjennomsnittlig norsk skibruker som ser etter et spesielt og unikt produkt**
- **Bedrift, forhandler, hotell, privatperson som ønsker et personlig produkt**
- **«Performance» segmentet**

Kostnader

- **Innkjøp og vedlikehold av utstyr og forsyninger.** Formene, slipemaskin, båndsg, kompressor, varmt- og kaldtvannskrets for pressen
- **Råvarer.** Karbon og glassfiber, tre, PMMA skicap, lim, såle
- **Trykk av design på skicap**
- **Klassiske administrasjonsutgifter**

Inntekstrøm

- **Skisalg**
- **Forskjellige priser avhengig av om det er et standard eller spesialisert par ski**

SWOT Analyse

