

# Marknadsprofiler för Infra-Botnia projektet

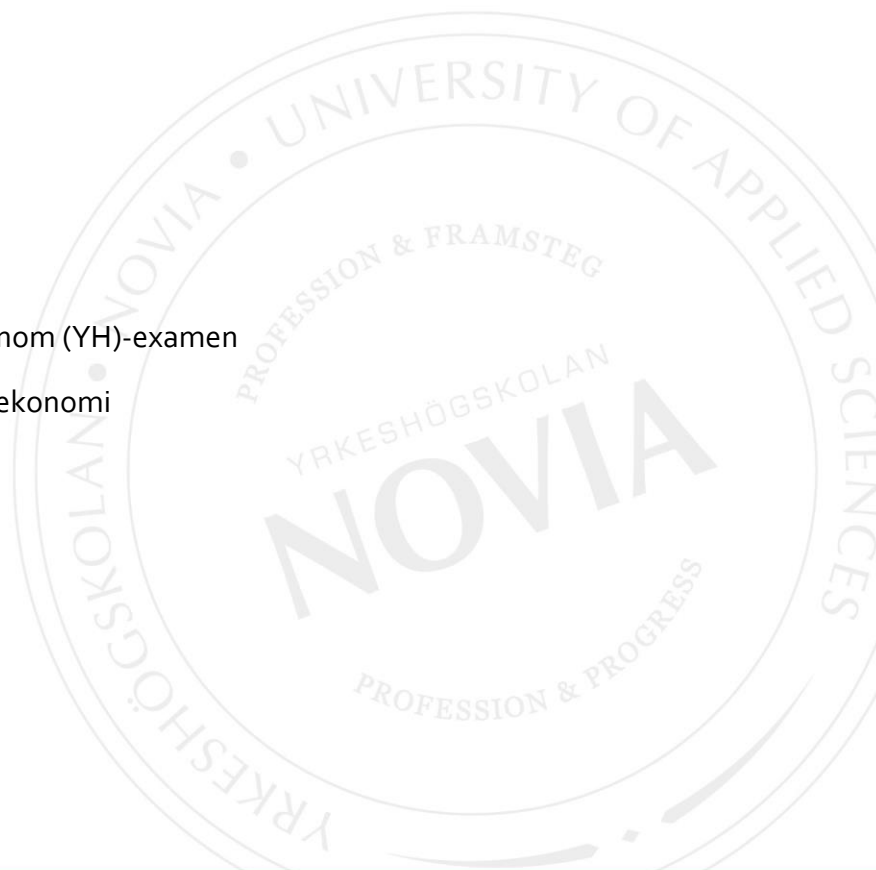
En kartläggning av nuläget inom infrastrukturbranschen i  
Finland och anläggningsbranschen i Sverige

Robin Saarenheimo

Examensarbete för Tradenom (YH)-examen

Utbildningen för företagsekonomi

Vasa 2019



## EXAMENSARBETE

Författare: Robin Saarenheimo

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Vasa

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Internationell handel

Handledare: Thomas Sabel

Titel: Marknadsprofiler för Infra-Botnia – En kartläggning av nuläget inom infrastrukturbranschen i Finland och anläggningsbranschen i Sverige

---

Datum: 7.3.2019

Sidantal: 42

Bilagor: 3

---

### Abstrakt

Detta examensarbete är utfört på uppdrag av projektet Infra-Botnia vilket drivs av Yrkehögskolan Novias forskning och utvecklingsenhet tillsammans med Umeå Universitet. Målet med projektet är att främja samarbete och konkurrenskraft inom Kvarkenområdet, genom att hjälpa små och medelstora infrastruktur och anläggningsföretag med frågor kring internationalisering och digitalisering.

Syftet med arbetet var att göra en generell landsprofil för Finland och Sverige, samt en specifik marknadsprofil för infrastrukturbranschen i Finland och anläggningsbranschen i Sverige.

Den generella landsprofilen är uppgjord med hjälp av diverse sekundärkällor som är aktuella under examenarbetets skrivperiod. Kulturdelen i landsprofilen har analyserats med hjälp av Geert Hofstedes kulturdimensioner för att få reda på kulturella skillnader och likheter mellan Finland och Sverige. Även viktiga landspecifika normer och helgdagar hittas i kapitlet om kulturen.

Inom kapitlen om marknadsprofilerna kartläggs nuläget, möjliga framtidsreder samt vanliga svårigheter för företag inom branschen i bägge länderna. För att utföra uppdraget användes kvalitativ forskningsmetod i och med att intervjuer med olika små- och medelstora infrastruktur och anläggningsföretag inom Kvarkenområdet ansågs vara det mest effektiva tillvägagångssättet i det här fallet.

Resultatet av intervjuer gav en bra bild om hur branschen ser ut idag, samt vilka skillnader, likheter och svårigheter de finländska och svenska företagen anses ha. En framtid med nordiskt samarbete ansågs vara ett av de gemensamma målen att sträva efter bland de intervjuade företagen i Finland och Sverige.

---

Språk: svenska

Nyckelord: Infra-Botnia, marknadsprofil, landsprofil, Finland, Sverige, infrastruktur, bygg, anläggning

---

## OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Robin Saarenheimo

Koulutus ja paikkakunta: Liiketalous, Vaasa

Suuntautumisvaihtoehto: Kansainvälinen kauppa

Ohjaaja: Thomas Sabel

Nimike: Infra-Botnia-projektin markkinaprofiilit – Kartoitus infrastruktuurialan nykypäivän tilanteesta Suomessa ja Ruotsissa

---

Päivämäärä: 7.3.2019 Sivumäärä: 42

Liitteet: 3

---

### Tiivistelmä

Tämä opinnäytetyö on suoritettu tehtävänä Infra-Botnia-hankkeelle, josta vastaa Yrkeshögskolan Novian tutkimus- ja kehittämissyksikkö yhdessä Uumajan yliopiston kanssa. Hankkeen tavoitteena on edistää Merenkurkun alueen yhteistyötä ja kilpailukykyä auttamalla pieniä ja keskisuuria rakennus- ja infrayrityksiä kansainvälistymiseen ja digitalisointiin liittyvissä kysymyksissä.

Työn tarkoituksena oli luoda yleinen maakohtainen profiili Suomesta ja Ruotsista sekä tarkempi markkinaprofiili Suomen infrastruktuurialalle ja Ruotsin rakennuslalle.

Yleinen maakohtainen profiili on tehty käyttämällä erilaisia toissijaisia lähteitä, jotka ovat ajankohtaisia opinnäytetyön kirjoittamisen aikana. Kulttuurin osuus maakohtaisesta profiilista on analysoitu Geert Hofstedin kulttuurillisten ulottuvuuksien avulla Suomen ja Ruotsin välisten kulttuurierojen ja yhtäläisyyksien selvittämiseksi. Kulttuurin luvusta löytyy myös tärkeät maakohtaiset normit ja vapaapäivät.

Markkinaprofiileja koskevissa luvuissa kartoitetaan tämänhetkinen tilanne, mahdolliset tulevaisuuden suuntauksukset sekä alojen vaikeudet molemmissa maissa. Tehtävän toteuttamiseksi käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, koska haastattelu Merenkurkun alueen pienten ja keskisuurten rakennus- ja maarakennusyritysten kanssa pidettiin tässä tapauksessa tehokkaimpana menetelmänä.

Näiden haastattelujen tulos antoi hyvän kuvan siitä, miltä ala näyttää tänä päivänä, sekä mitä eroja, yhtäläisyyksiä ja vaikeuksia suomalaisilla ja ruotsalaisilla yrityksillä on. Pohjoismainen yhteistyö tulevaisuudessa on yksi yhteisistä tavoitteista haastateltujen yritysten mielestä.

---

Kieli: ruotsi

Avainsanat: Infra-Botnia, markkinaprofiili,  
Suomi, Ruotsi, infrastruktuuri

---

## BACHELOR'S THESIS

Author: Robin Saarenheimo

Degree Programme: Business Administration

Specialization: International Business

Supervisor(s): Thomas Sabel

Title: Market Profiles for Project Infra-Botnia – A survey on the present situation in the infrastructure/building industry in Finland and Sweden

---

Date: March 7<sup>th</sup>, 2019    Number of pages: 42    Appendices: 3

---

### Abstract

This thesis work has been carried out as an assignment for the Infra-Botnia project, which is run by the research and development unit at Novia University of Applied Sciences together with Umeå University. The goal of the project is to promote cooperation and competitiveness in the Kvarken region, by helping small and medium-sized civil engineering companies with issues concerning internationalization and digitalization.

The purpose of the work was to create a general country profile for Finland and Sweden, as well as a specific market profile for the civil engineering industry in Finland and Sweden.

The general country profile is created by using various secondary sources that are relevant during the writing process of the thesis. The cultural part of the country profile has been analyzed with the help of Geert Hofstede's cultural dimensions in order to find out cultural differences and similarities between Finland and Sweden. Important country-specific norms and holidays are also found in the chapter on culture.

Within the chapters on the market profiles, I map the current situation, possible future trends and common difficulties for companies in the industry in both countries. In order to carry out the assignment, I used qualitative research method. Interviews with various small and medium-sized infrastructure/building companies in the Kvarken area were considered to be the most effective approach in this case.

The result of these interviews gave a good picture of what the industry looks like today, and what differences, similarities and difficulties the Finnish and Swedish companies are considered to have. A future of Nordic co-operation was considered one of the common goals among the companies interviewed in Finland and Sweden.

---

Language: Swedish

Key words: Infra-Botnia, Market profile, Finland, Sweden, Infrastructure, Building

---

# Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte .....	1
1.2	Problemformulering .....	1
1.3	Forskningsmetod.....	2
1.4	Avgränsning.....	3
2	Landsprofil.....	3
3	Finland.....	3
3.1	Befolkning .....	3
3.2	Klimat.....	4
3.3	Geografi.....	4
3.4	Ekonomi och sysselsättning.....	4
3.4.1	BNP och BNP per capita.....	5
3.4.2	Import och export.....	6
3.4.3	Arbetslöshet och sysselsättning.....	6
4	Sverige .....	7
4.1	Befolkning .....	7
4.2	Klimat.....	8
4.3	Geografi.....	9
4.4	Ekonomi och sysselsättning.....	9
4.4.1	BNP och BNP per capita.....	10
4.4.2	Import och Export .....	11
4.4.3	Arbetslöshet och sysselsättning.....	12
5	Kulturen i Finland och Sverige.....	13
5.1	Maktdistans .....	14
5.2	Individualism eller kollektivism.....	15
5.3	Maskulin eller feminin / Tävlingsinriktad eller samarbetande .....	15
5.4	Osäkerhetsundvikande .....	16
5.5	Lång- eller korttidsorientering .....	16
5.6	Tillfredsställelse.....	17
5.7	Landspecifika normer och helgdagar .....	17
5.7.1	Finlands normer och helgdagar .....	17
5.7.2	Sveriges normer och helgdagar .....	20
5.8	Sammanfattning av kulturen i Finland och Sverige.....	21
6	Marknadsprofil för infrastrukturbranschen i Finland.....	22
6.1	Vanligaste tjänster som erbjuds och efterfrågas.....	22
6.2	Huvudsakliga kunderna inom infrabranschen .....	23

6.3	Vanligaste kommunikationskanalerna mellan inköpare och konsumenter ..	24
6.4	Marknadsföringsmetoder .....	24
6.5	Längden på projekt och inköpsprocesser.....	25
6.6	Allianser inom infrabranschen .....	26
6.7	Krav på infrastrukturarbetaren i Finland.....	26
6.8	Hantering av ansvarsfördelningen mellan köpare och säljare.....	28
6.9	Framtidstrender inom infrabranschen.....	28
6.10	Största svårigheterna med att etablera sitt företag i Finland och eventuellt på internationella marknader .....	29
6.11	Nordiskt samarbete positivt eller negativt.....	30
7	Marknadsprofil för anläggningsbranschen i Sverige.....	31
7.1	Vanligaste tjänster som erbjuds och efterfrågas.....	31
7.2	Huvudsakliga kunderna inom anläggningsbranschen.....	31
7.3	Vanligaste kommunikationskanalerna mellan inköpare och konsumenter ..	32
7.4	Marknadsföringsmetoder .....	32
7.5	Längden på projekt och inköpsprocesser.....	33
7.6	Allianser inom anläggningsbranschen.....	33
7.7	Krav på byggarbetaren i Sverige .....	33
7.8	Hantering av ansvarsfördelningen mellan köpare och säljare.....	34
7.9	Framtidstrender inom anläggningsbranschen .....	35
7.10	Största svårigheterna med att etablera sitt företag i Sverige och eventuellt på internationella marknader?.....	35
7.11	Negativa effekter av nordiskt samarbete .....	36
8	Konklusion .....	36
8.1	Examensarbetet och dess uppnådda syfte i korthet.....	36
8.2	Fortsatt forskning inom ämnet.....	37
	Källförteckning .....	38
	Bilagor .....	43

## Figurförteckning

<i>Figur 1 BNP per capita i Finland mellan åren 1975 och 2017. (Statistikcentralen, 2018)</i>	5
<i>Figur 2 Finlands handel 1970 till 2017 (Statistikcentralen, 2018)</i>	6
<i>Figur 3 Folkmängd och befolkningsförändringar 2000-2017. (Statistiska centralbyrån, 2017)</i>	8
<i>Figur 4 Medelvärde av årsmedeltemperaturen i Sverige från 1860. (Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut, 2009)</i>	9
<i>Figur 5 Sveriges BNP-utveckling. (Statistiska centralbyrån, 2016)</i>	10
<i>Figur 6 Procentuella bidragen till BNP. (Statistiska centralbyrån, 2016)</i>	11
<i>Figur 7 Sveriges import och export. (Statistiska centralbyrån, 2018)</i>	12
<i>Figur 8 Sysselsättningsandel av arbetskraften 1980    Figur 9 Sysselsättningsandel av arbetskraften 2016</i>	13
<i>Figur 10 Hofstedes dimensioner för Finland. (Hofstede Insight, 2018)</i>	14
<i>Figur 11 Hofstedes dimensioner för Sverige. (Hofstede Insight, 2018)</i>	14

# 1 Inledning

Jag har fått i uppdrag att skapa marknadsprofiler för infrasektorn i Finland och anläggningsbranschen i Sverige inom projektet Infra-Botnia. Uppdraget innebär att jag kommer att göra en landsprofil för både Finland och Sverige, samt en specifik marknadsprofil för den finska infrastrukturbranschen och den svenska anläggningsbranschen.

Infra-Botnia är ett treårigt projekt som startade på våren 2018 och utförs av Yrkehögskolan Novia tillsammans med Umeå Universitet. Målet med projektet är att främja samarbetet och konkurrenskraften bland Kvarkenområdets små och medelstora företag inom infrabranschen i Finland och anläggningsbranschen i Sverige. Inom projektet räknar vi med att företag som har 1 till 49 anställda anses som små och 50 till 250 anställda räknas som medelstora. Allt över 250 anställda klassar vi som stora företag och hör inte direkt till vår fokusgrupp. Intressenten Infra Österbotten i Finland, representerar cirka 130 företag inom infrabranschen. I Sverige är motsvarande intressent Sveriges Byggindustrier, med 3403 medlemsföretag. Yrkehögskolan Novia och Umeå Universitet arbetar huvudsakligen för att underlätta internationalisering- och digitaliseringsprocessen för företagen.

## 1.1 Syfte

Syftet med arbetet är att frambringa viktiga aspekter gällande etablering av infrastruktur företag i Finland och Sverige. Genom examensarbetet kan företag få fram betydelsefull information om branschen samt potentiella samarbetspartners på andra sidan Bottniska viken. Arbetet kommer att fungera som hjälpmedel inför internationaliseringsprocesser.

## 1.2 Problemformulering

Eftersom arbetet har en skild generell landsprofil och en mera specifik marknadsprofil för infrastrukturbranschen, kommer problemen samt frågorna också att variera.

För en välgjord landsprofil är det väsentligt att få svar på följande frågor:

- Hur har befolkningmängden utvecklats i landet?
- Var befinner sig landet och vilken sorts klimat är det frågan om?



- Hur ser näringsstrukturen ut?
- Vilka kulturella aspekter och landspecifika normer finns det?

Specifika marknadsprofilen för infrastrukturbranschen kommer behandla frågor som:

- Vilken typ av tjänster och produkter köpes i de olika länderna?
- Vem köper?
- Vilka kommunikationskanaler använder inköpare och konsumenter?
- Vilka marknadsföringsmetoder används?
- Hur långa är projekten och inköpsprocesserna?
- Är det vanligt med allianser inom infrabranschen?
- Vilka generella krav ställs på infrastrukturarbetaren?
- Hur hanteras ansvarsfördelningen vanligen mellan köpare och säljare?
- Vilka eventuella framtidstrender finns det för infrabranschen?
- Vilka svårigheter uppstår vid etablering av företag i Finland och Sverige?
- Finns det negativa effekter av ett nordiskt samarbete?

### **1.3 Forskningsmetod**

För att klara av uppdraget jag fått, kommer landsprofilen att byggas upp genom sekundärdata från diverse aktuella källor för att få så exakt data om länderna som möjligt under examenarbetets skrivperiod. Marknadsprofilen kommer att behandlas med kvalitativ forskningsmetod genom utförande av intervjuer med små och medelstora infrastruktur företag i Kvarkenområdet. Frågorna i intervjublanketten (bilaga 1) är uppgjorda tillsammans med uppdragsgivaren och svaren på dem kommer att vara grunden för resultatet av undersökningen som behandlas i marknadsprofilens del av arbetet.

## **1.4 Avgränsning**

Landsprofilens del av arbetet avgränsas till enbart information som uppdragsgivaren efterfrågat gällande Sverige och Finland. Geert Hofstedes kulturdimensioner kommer vara grunden för kulturanalysen i båda länderna. För marknadsprofilens del begränsas arbetet till små och medelstora infrastruktur- och byggföretag inom Kvarkenområdet.

Eftersom marknadsprofilen avgränsas till enbart infrastruktur- och anläggningsbranschen, anses det viktigt att förstå vad branscherna innebär. Det som i Finland kallas infrastrukturbransch kännetecknas i Sverige som anläggningsbransch. Branscherna behandlar jobb angående byggning av bostadsområden, vägar, broar, kommunalteknik, elnätverk med mera. Branscherna är dock mycket bredare än det som enbart nämnts ovan, men eftersom de företag vi intervjuat huvudsakligen jobbar inom ovannämnda områden, kommer det också vara grunden till vad infrastruktur- och anläggningsbranschen innebär i marknadsprofilens del av examensarbetet.

## **2 Landsprofil**

Landsprofilen kommer att innehålla generell information om länderna i frågan dvs. Finland och Sverige. I detta arbete anser vi genom uppdragsgivarens efterfrågan att generell information behandlar ärenden angående befolkningsmängd, klimat, geografi, näringsstruktur och kultur. Samtliga ämnen är viktiga med tanke på företagens internationalisering och uppfattning av målmarknaden.

## **3 Finland**

Republiken Finland har varit självständigt sedan 1917. Landet befinner sig i Nordeuropa och är känt som ”tusen sjöars land” med sina 188 000 sjöar. Finland har också röstats till världens mest glada och säkra land att bo i. (Telegraph Travel, 2018)

### **3.1 Befolkning**

Liksom många andra länder har också Finland en stadig befolkningstillväxt. Enligt senaste statistiken har Finland en årlig tillväxt på 0,3 % och i slutet av år 2017 var befolkningsmängden 5 513 000 invånare. Statistikcentralens befolkningsprognos sträcker sig till år 2060 då befolkningsmängden uppskattas vara 5 979 000 invånare. Den årliga

tillväxten varierar dock beroende på vilket landskap det är frågan om. Högsta tillväxten är i huvudstadsregionen, Birkaland och Åland. (Statistikcentralen, 2018c)

Det är också viktigt att betona att finländare har allmänt bra kunskaper inom engelska och att cirka 5 % av befolkningen talar svenska som modersmål. Speciellt längs Finlands västra kust, är det vanligt med svenska i skolan, vilket betyder att företag från Sverige kan klara sig bra med sitt eget modersmål ifall de vill etablera sig i t.ex. Österbotten. (Infopankki, 2018c)

Eftersom en stor del av Lappland och norra Finland i allmänheten är mera glest bebott, betyder det att Finland enligt statistiken har i medeltal 18 invånare per kvadratkilometer (Svenska FN-förbundet, 2017).

### **3.2 Klimat**

Klimatet i Finland varierar mycket beroende på årstiden. Eftersom Finland ligger i Nordeuropa är det kallare än i de många övriga europeiska länderna. Enligt meteorologiska institutets statistik var det i januari 2017: – 41,7 grader celsius i Muonio, Lapland. (Ilmatieteenlaitos, 2018a)

I juli 2018 var varmaste dagen mätt i Vasa på 33,7 grader celsius, det är en skillnad på 75,4 grader beroende på årstiden (Ilmatieteenlaitos, 2018b).

De höga temperaturskillnader och Finlands långa vintrar gör det svårt för en del branscher att klara sig, t.ex. jordbrukare straffas hårt av skillnaderna.

### **3.3 Geografi**

Finland befinner sig som konstaterats, i Nordeuropa, med gränserna mot Sverige, Norge och Ryssland, vilket innebär enkel handel mellan länderna. Till ytan är Finland ett stort land med 338 145 kvadratkilometer, med andra ord sjätte största i Europa, men 73 % av ytan består av skog vilket leder till det låga invånarantalet per kvadratkilometer. Terrängen består till största del av plattmark, sjöar och små kullar. (Leadbeater, 2016; Central Intelligence Agency, 2018a)

### **3.4 Ekonomi och sysselsättning**

Finlands ekonomi drabbades hårt av finanskrisen 2008. Det är först nu efter 10 år som ekonomin har återhämtat sig och börjar likna vad den var innan krisen. Orsaker till att det

tagit så pass länge att återhämta sig är att Finland förlorat en stor del av konkurrenskraften inom elektronik- och skogsbranschen. (Schauman, 2018)

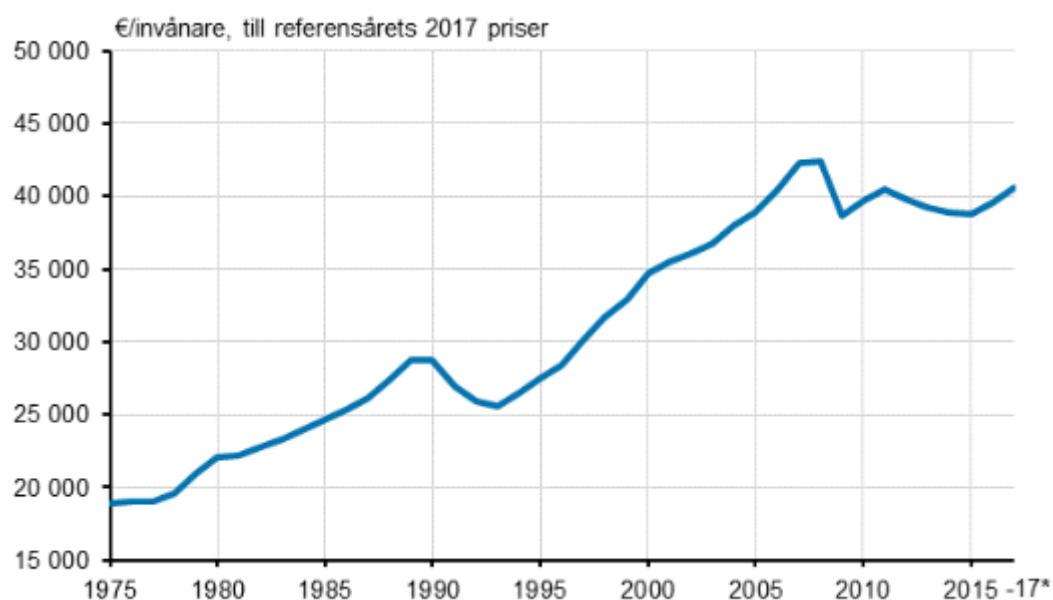
Finlands ekonomi påverkades också negativt av Rysslands handelsrestriktioner. (Hiltunen, 2015).

### 3.4.1 BNP och BNP per capita

Enligt statistikcentralens uppgifter har Finlands BNP (bruttonationalprodukt) ökat senaste åren. 2017 ökade Finlands BNP med 2,8 % till 224 miljarder euro. Det här innebär att BNP per capita ligger omkring 40 500 euro per invånare. (Statistikcentralen, 2018a)

Bruttonationalprodukt definieras som den totala produktion som producerats (både varor och tjänster) inom ett land under en viss tid, oftast 1 år (Statistikcentralen, u.d.). BNP per capita räknar man ut genom att dividera BNP med landets totala mängd invånare.

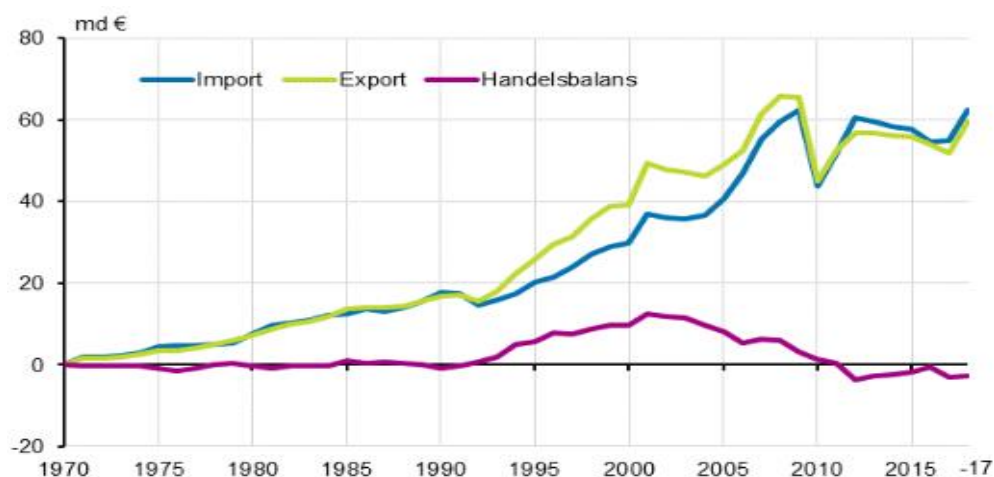
Figuren nedan visar Finlands BNP per capita från 1975 till 2017. Utvecklingen som grafen visar är tydligt mot en positiv riktning, med en sämre period precis vid finanskrisen 2008. Nu är riktlinjen åter igen på rätt väg som den var innan 2008.



Figur 1 BNP per capita i Finland mellan åren 1975 och 2017. (Statistikcentralen, 2018d)

### 3.4.2 Import och export

Från mitten av 90-talet ända till 2008 var exporten högre än importen i Finland. Finanskrisen 2008, orsakade att Finlands handelsbalans efteråt har varit plus-minus 0 % och för tillfället är importen till och med högre än mängden export, vilket inte är bra med tanke på Finlands ekonomi. Figuren nedan visar en graf av den finländska handeln med början från 1970. (Statistikcentralen, 2018b)



Figur 2 Finlands handel 1970 till 2017 (Statistikcentralen, 2018b)

Finlands fem största importländer i numerisk ordning är: Tyskland, Ryssland, Sverige, Kina och Nederländerna. Importen består främst av produkter från kemiska industrin, el- och elektronikprodukter, transportmedel, samt mineraler och andra produkter från gruvdrift. (Statistikcentralen, 2018b)

Viktigaste exportländerna för Finland är: Tyskland, Sverige, Nederländerna, Förenta staterna och Ryssland. Av den finländska exporten är cirka 20 % skogsindustriprodukter och 19,2 % är produkter från kemisk industri. Andra viktiga produkter som Finland exporterar är bland annat: olika metaller, maskiner, samt elektronik. (Statistikcentralen, 2018b)

### 3.4.3 Arbetslöshet och sysselsättning

Finlands banks statistik visar en tydlig ändring på näringsstrukturen genom åren. Ända tillbaka på 1860-talet till mitten av 1900-talet var jord- och skogsbruk den största arbetsgivaren med över 30 % av populationen som arbetstagare. Nuförtiden har servicebranschen en tydlig ledning i mängden arbetare av populationen och jordbruk har sedan millennieskiftet anställt enbart under 5 % av befolkningen. Byggnads- och

industribranschen har genom tiderna haft en stadig ökning av arbetare. (Finlands Bank, 2016)

Arbetslösheten i Finland kan variera mycket beroende på månad och säsong, men enligt statistikcentralens arbetskraftsundersökning bland åldern 15 till 74, har arbetslösheten minskat från 2017. I augusti 2018 var antalet arbetslösa 186 000, som var en förändring på -7,7 % från samma tidpunkt förra året. Den relativa arbetslösheten i augusti 2018 var 6,8 %. Landskapen där arbetslösheten sjönk mest var Birkaland (-25 %), Österbotten (-23 %) och Södra Österbotten (-21 %). (Statistikcentralen, 2018c)

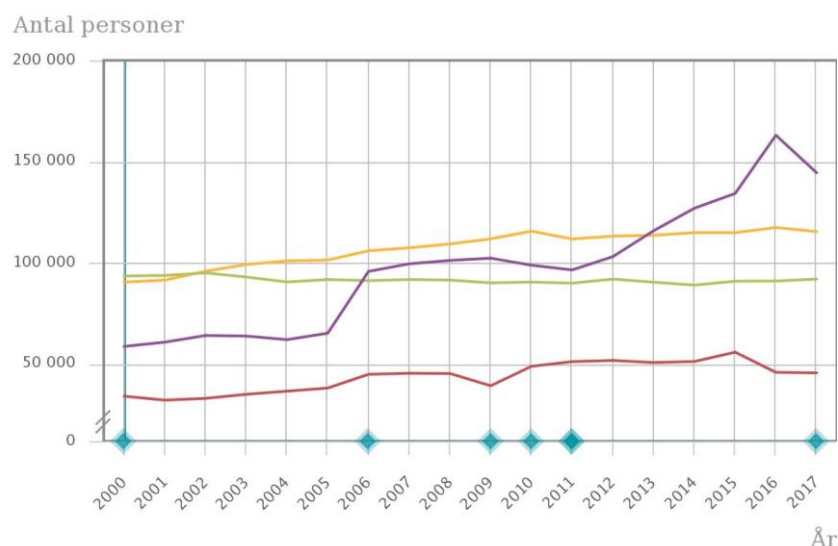
## 4 Sverige

Konungariket Sverige är en konstitutionell monarki som befinner sig i Nordeuropa och är en del av den skandinaviska halvön. Sverige firar sin nationaldag årligen den 6 juni, till minne av Sveriges första kung, Gustav Vasa.

### 4.1 Befolkning

Sverige har högsta befolkningmängden bland länderna i Norden. I augusti 2018 var Sveriges befolkningmängd 10 196 177 invånare, vilket var en ökning på 1,1 % från samma tidpunkt år 2017. Cirka 20 % av hela befolkningmängden är bosatta i och runtom Stockholm. Även om Norrland, dvs. norra delen av Sverige till ytan är den största landsdelen, är den också mest glest befolkad med enbart drygt 10 % av befolkning bosatta där. (Statistiska centralbyrån, 2018a; Statistiska centralbyrån, 2018b)

Enligt SCB:s statistik och grafer har den svenska befolkningmängden ökat mycket tack vare invandringar (se figur 3). I figur 3 motsvarar gula linjen antalet födda, gröna linjen är antalet döda, lila antalet invandringar och röda är utvandringar. Grafen visar även att Sverige har en stadig ökning av mängden födda barn och en minskning av döda tack vare ökad livslängd genom dagens teknologi och läkemedel. (Statistiska centralbyrån, 2017b)



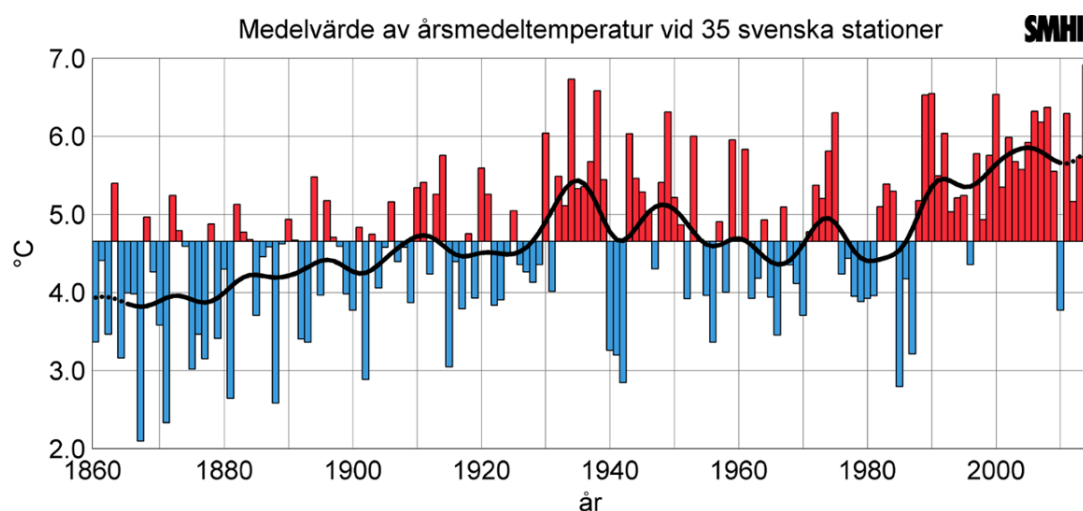
*Figur 3 Folkmängd och befolkningsförändringar 2000-2017. (Statistiska centralbyrån, 2017b)*

## 4.2 Klimat

Eftersom Sverige är ett stort land till ytan, har Sveriges södra kustområde varmttempererad-klimat med lövträd som skogstyp, men största delen av Sverige räknas ändå som kalltempererad-klimat med stora mängder barrskog. Mot grannlandet Norge i väst förekommer även tundra, där fjällen överstiger en viss gräns i höjden och enbart få växter kan leva i de här förhållandena. (Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut, 2009)

Klimatförändringarna har drabbat Sverige på samma vis som andra länder. Förändringarna har lett till varmare vintrar med mindre snö och is, men istället till en ökning i nederbörden under hela året. Temperaturen och nederbörden skiljer sig klart beroende på var i Sverige du befinner dig. (Naturvårdsverket, 2018)

Nedanstående figur 4 visar Sveriges årsmedeltemperatur från år 1860. Denna graf demonstrerar tydligt den globala klimatförändringen, genom att medeltemperaturen stigit betydligt under det senaste århundrade.



**Figur 4** Medelvärde av årsmedeltemperaturen i Sverige från 1860. (Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut, 2009)

### 4.3 Geografi

Sverige hör till Nordeuropa och är också största landet i Norden med en total yta på 447 435 kvadratkilometer. Landet har gränser mot Norge i väst, Finland i öst och med Danmark i södern (Nordiska rådet och Nordiska ministerrådet, 2017). Sverige och Danmark har inte gränser som fysiskt rör varandra, utan är kopplade genom den 7,8 kilometer långa Öresundsbron. (Skanska, u.d.)

Terrängen i Sverige är till stor del platt eller består av små kullar. Vid västra gränsen förekommer mera berg med bland annat den skandinaviska fjällkedjan Skanderna. Skandernas högsta punkt ligger på 2111 meter och kallas 'Kebnekaise'. Övrigt består landet till två tredjedelar av skog samt innehar cirka 100 000 sjöar. Största sjön är 'Vänern' och är till och med den tredje största i hela Europa. (Central Intelligence Agency, 2018b)

### 4.4 Ekonomi och sysselsättning

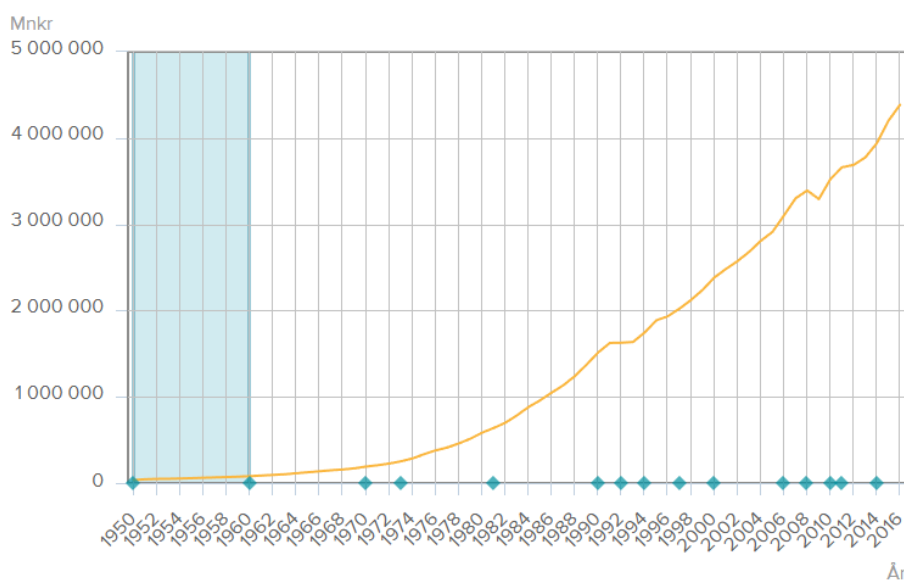
Det är viktigt för investerare att veta hur landets ekonomi ser ut. I det här kapitlet används senaste statistiken från olika källor för att få en blick i Sveriges ekonomi idag och hur den har förändrats genom åren. Kapitlet innehåller också information om mängden arbetslösa och sysselsatta, samt om strukturförändringar i sysselsättningen de senaste årtionden.



#### 4.4.1 BNP och BNP per capita

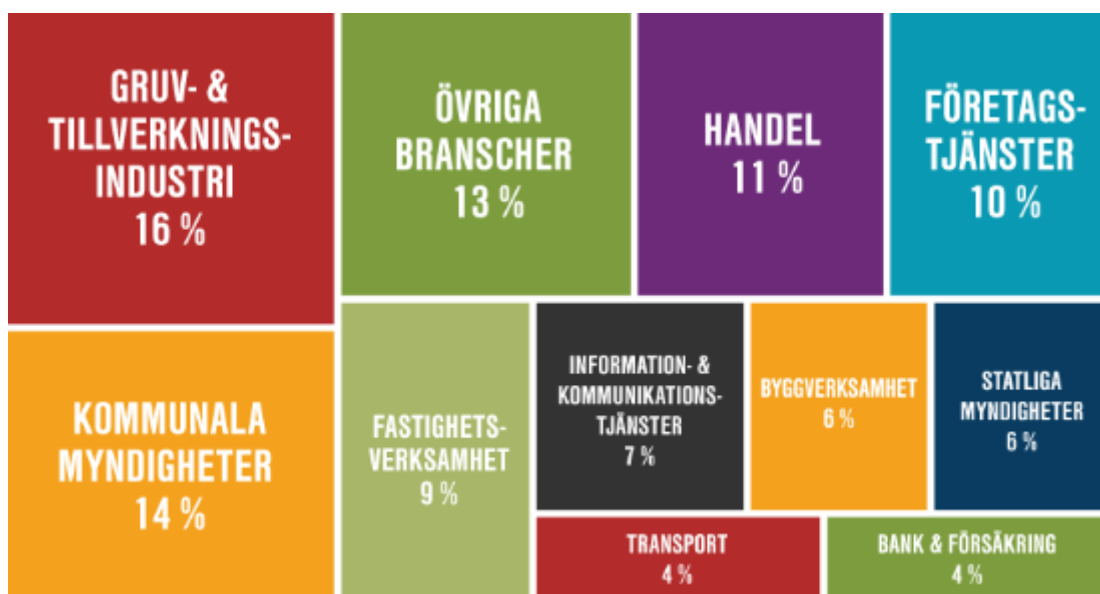
BNP i Sverige låg år 2017 på 4604 miljarder svenska kronor. Den reala ökningen av bruttonationalprodukten var 2,4 % i jämförelse till 2016.

Grafen nedan visar Sveriges utveckling av BNP från år 1950. Det syns att Sverige har allmänt sett haft en stabil tillväxt av BNP genom åren. I början på 90-talet stannade BNP tillväxten genom att Sveriges ekonomi inte var tillräckligt pålitlig för de utländska investerarna, vilket ledde till ett större pengaflöde utomlands och högre ränta. Närmare millennieskiftet sprack den så kallade "IT-bubblan", dvs. uppskattningarna för it-företags framtid och framgång var för höga och företagen kunde inte uppnå det som investerarna förväntade av dem. Denna händelse drabbade inte Sverige lika mycket som en del andra länder och därför syns inte någon avvikelse i BNP tillväxten under den tiden. Året 2008 då den globala finanskrisen träffade alla, sjönk också Sveriges BNP efter en lovande början på 2000-talet. BNP sjönk med 5,2 % år 2009, vilket var största nedfallet sedan andra världskriget. (Statistiska centralbyrån, 2016)



Figur 5 Sveriges BNP-utveckling. (Statistiska centralbyrån, 2016)

Det finns en del faktorer som har bidragit till att Sveriges BNP har förändrats. För tillfället består 70 % av BNP av tjänster och 30 % av varor. Figuren nedan visar en mera specifik uppdelning av BNP bidragen bland branscherna.



Figur 6 Procentuella bidragen till BNP. (Statistiska centralbyrån, 2016)

Ifall vi använder oss av BNP 2017 dvs. 4604 miljarder kronor och delar det med befolkningmängden från kapitlet om Sveriges befolkning, blir resultat att BNP per capita ligger på cirka 451 541 kronor per invånare.

Enligt SCB:s statistik från 2017 ligger Sverige på tionde plats inom Europa när det kommer till BNP per capita. (Statistiska centralbyrån, 2017a)

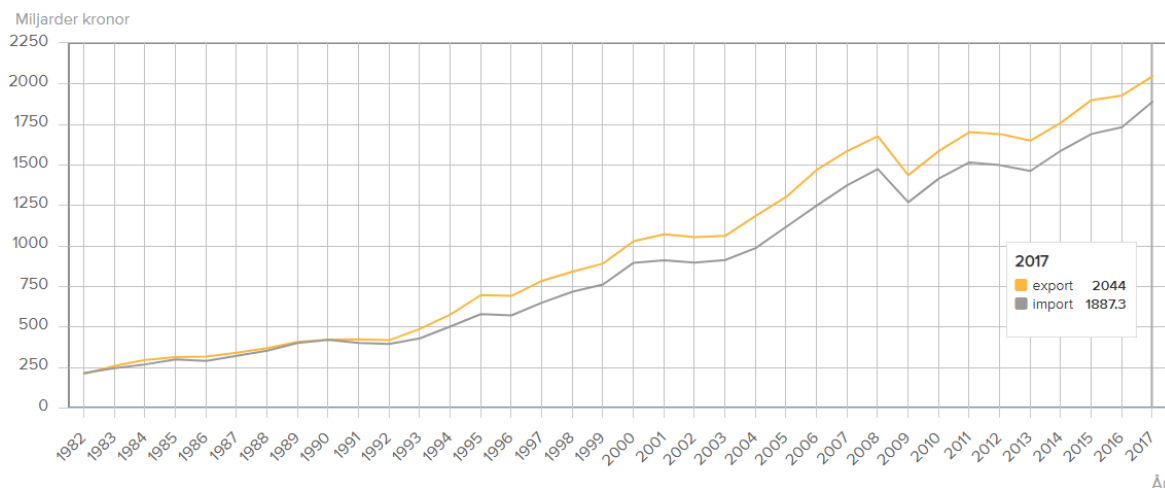
#### 4.4.2 Import och Export

Sveriges export har redan under en längre tid varit större än mängden import, vilket har lett till att den svenska ekonomin ökat. Största delen av exporten, cirka 70 %, består av varor bl.a. fordon, maskiner, elektronik, mineraloljor och papper. Resterande 30 % är tjänster och består av affärstjänster, telefon- och informationstjänster, resor, transporter och nyttjande av immateriella rättigheter. Skillnaden mellan varor och tjänster håller på att minska i och med att mängden och behovet av tjänster ökar i snabb takt. Sveriges fem största exportländer i numerisk ordning är: Tyskland, Norge, USA, Finland och Danmark. (Statistiska centralbyrån, 2018d)

Det är förstås ett måste för Sverige att också importera saker eftersom inte allt tillverkas i landet. Importen består av liknande varor som exporten t.ex. fordon från Tyskland samt elektronik från Nederländerna. Kläder är också ett av de större importobjekten. De fem

största importländerna för Sverige är i numerisk ordning: Tyskland, Nederländerna, Norge, Danmark och Storbritannien. (Statistiska centralbyrån, 2018d)

Som figur 7 nedan visar, var Sveriges export år 2017, 2044 miljarder kronor och importen 1887,3 miljarder kronor.



Figur 7 Sveriges import och export. (Statistiska centralbyrån, 2018e)

#### 4.4.3 Arbetslöshet och sysselsättning

Arbetskraften i Sverige år 2017 motsvarade 7 403 100 personer i åldrarna 15 till 74 år. Av dem räknades 5 021 800 personer vara sysselsatta. Att räknas som sysselsatt, räcker det med att du har ett jobb med minst 1 arbetstimme under veckan då undersökningen gjorts. Antalet arbetslösa uppnådde 358 500 personer. Enligt SCB:s statistik var arbetslöshetsprocenten 6,7 år 2017, med säsongrensad räkningsmetod, vilket innebär att man beaktar variationen i arbetslösheten på grund av säsongbaserade jobb t.ex. sommarjobb. (Statistiska centralbyrån, 2018c)

En mera aktuell siffra för arbetslösheten i Sverige hittades från webbsidan 'ekonomifakta'; där arbetslösheten i september 2018 låg på 6,5 % (Näringslivets Ekonomifakta, 2018a), med antalet sysselsatta upp till 5 119 100 personer (Näringslivets Ekonomifakta, 2018c). Vilket betyder att antalet sysselsatta av personer i arbetande ålder 15 – 74, var 68,5 %. (Näringslivets Ekonomifakta, 2018d)

Strukturförändringen i sysselsättningen har förändrats mycket de senaste årtionden. En del branscher har behållit samma mängd sysselsatta genom åren, men speciellt mängden anställda inom industribranschen har minskat och överförs till sektorn med privata tjänster.

I figur 8 och 9 nedan är en jämförelse mellan branschernas sysselsättningsandel av arbetskraften år 1980 och 2016. Största skillnaden syns i industribranschen och privata tjänster. En orsak till att industrin har minskat som arbetsgivare är att tekniken utvecklas hela tiden och det sker en hel del automatiseringar i produktionen, vilket leder till mindre jobb för människor. (Näringslivets Ekonomifakta, 2018b)



**Figur 8** Sysselsättningsandel av arbetskraften 1980

(Näringslivets Ekonomifakta, 2018b)

**Figur 9** Sysselsättningsandel av arbetskraften 2016

(Näringslivets Ekonomifakta, 2018b)

## 5 Kulturen i Finland och Sverige

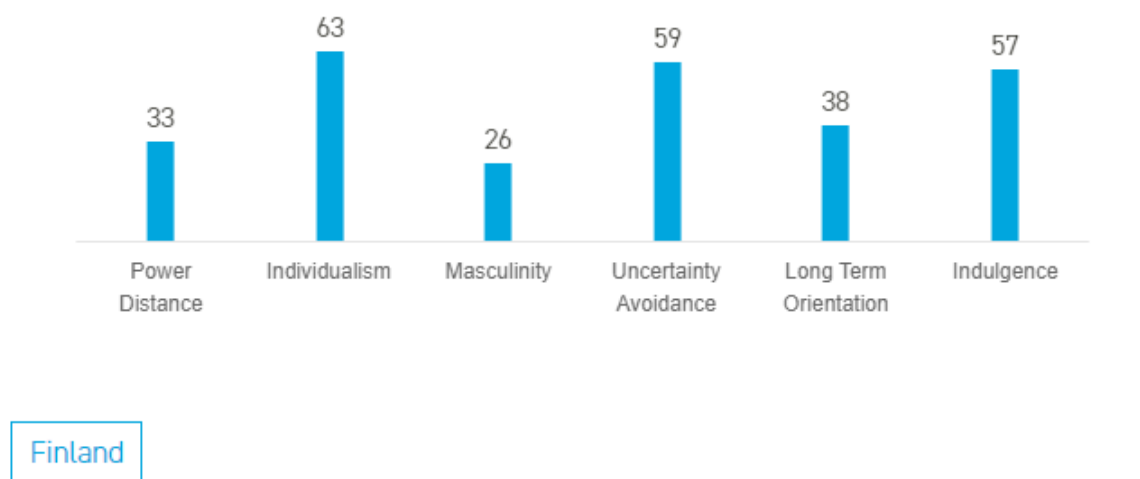
Även om den nordiska kulturen är till stort sett liknande, finns det ändå alltid kulturella skillnader. Kulturen i ett land går att analyseras på flera olika sätt. I detta examensarbete kommer jag att använda mig av professor Geert Hofstedes kulturdimensioner när jag analyserar kulturen i Finland samt jämför den med Sveriges kultur. I kapitlet beskrivs också landspecifika seder och helgdagar för Finland och Sverige.

Geert Hofstede föddes 1928 i Haarlem, Nederländerna. Han är skolad som maskiningenjör, antropolog och doktorand inom samhällsvetenskap. (Hofstede, n.d.)

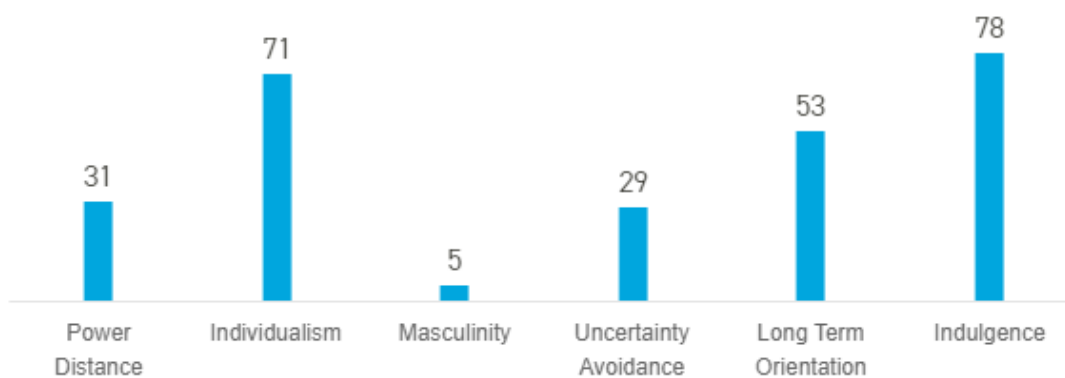
I början av Hofstedes karriär användes det enbart 4 stycken dimensioner. Hans första bok *Culture's Consequences* publicerades 1980 och den innehöll 5 kulturdimensioner, men i arbetet behåller vi oss till den aktuella 6 dimensionsmodellen. (Hofstede, n.d.)

Figurerna nedan behandlar Hofstedes kulturdimensioner som är baserade på ett index från 0 till 100. Indexet representerar landets kultur i jämförelse med andra länder.

*Figur 10* visar Hofstedes kulturdimensioner för Finland i ett stapeldiagram och *Figur 11* innehåller samma diagram för Sverige.



**Figur 10 Hofstedes dimensioner för Finland. (Hofstede Insight, 2018a)**



**Figur 11 Hofstedes dimensioner för Sverige. (Hofstede Insight, 2018b)**

## 5.1 Maktdistans

Begreppet maktdistans i Hofstedes kulturdimensioner innebär att landets befolkning och kultur är sådan att de accepterar ojämlikhet i samhället. Det här innebär då att skillnaden mellan personer som har makt och rikedomar i jämförelse med de som är fattiga och har ingenting, är mycket stor. (Hofstede Insight, 2018a)

Finland och Sverige fick poäng på 33 respektive 31 av maximalt 100, enligt kulturdimensionerna i figur 10 och 11. Det här antalet räknas som lågt och betyder alltså att

båda länderna har det jämlikt, samt anser att egenskaper som självsäkerhet är bra att ha. För en anställd i arbetslivet innebär det att relationen med chefen är mera vardaglig med direkt kommunikation och oftast tilltalar man personen med förnamn istället för efternamn. (Hofstede Insight, 2018a)

## **5.2 Individualism eller kollektivism**

Ett individualistiskt samhälle anser att varje individ är skyldiga att enbart ta hand om sig själv och sin nära familj. I ett kollektivistiskt samhälle är familjens och vänners välmående det viktigaste. Kollektivism är något som förekommer i mera fattiga länder, vilka befinner sig oftast i t.ex. Sydamerika, medan stater i Nordamerika och länder i Norden är individualistiska. (Hofstede Insight, 2018a)

Individualismen i Finland och Sverige syns i figuren ovan. Båda har nått tillräckligt med poäng för att räknas som individualistiska, men svenskar är enligt indexet, en aning mera självständiga än finländarna. I teorin betyder det att företag strävar efter att anställa personer med bra prestationer istället för att anställa genom personliga relationer. För att veta om detta är sant i praktiken, skulle det kräva en bred undersökning inom ämnet genom intervjuer med olika arbetsgivaren, vilket inte kommer att tas upp i examensarbetet. (Hofstede Insight, 2018a; Hofstede Insight, 2018b)

## **5.3 Maskulin eller feminin / Tävlingsinriktad eller samarbetande**

Begreppen maskulint eller feminint samhälle kan vara förolämpande, och oftast används begreppet tävlingsinriktad eller samarbetande samhälle istället.

I en tävlingsinriktad kultur vill varje individ vara den bästa på så många sätt som möjligt t.ex. ha suveräna prestationer och vara den mest framgångsrika på jobbet eller i vänkretsen. Förenklat så är allting på sitt sätt en tävling som varje individ vill vinna. (Hofstede Insight, 2018a)

I det här exemplet med Finland och Sverige, är dock bägge två samarbetande eller feminina samhällen. Finlands 26 poäng innebär ett feminint samhälle där individer ”jobbar för att leva, inte lever för att jobba”. Med andra ord är fritid viktigare än jobbet, man strävar efter jämlikhet och god hälsa. (Hofstede Insight, 2018a)

Sverige är ännu ett steg mera samarbetande jämfört med Finland, med sina 5 poäng på Hofstedesskalan. Det här innebär ett mera balanserat samhälle än Finlands, där det finns en tydlig gräns mellan jobbet och fritiden. Jobbet skall vara roligt och intressant istället för tråkigt, även om lönen inte är lika hög. Ifall individen har bra hälsa och hög livskvalité, innebär det att personen är framgångsrik. Möjliga konflikter diskuterar man länge om samt gör kompromisser tills alla parter är nöjda. Det mest korrekta ordet för att beskriva det svenska samhället är 'lagom'. Lagom innebär att allt skall ske i moderation, dvs. inte för mycket eller litet av något, utan lagom av allting. (Hofstede Insight, 2018b)

## **5.4 Osäkerhetsundvikande**

Osäkerhetsundvikande mäter hur viktig säkerhet och framtidsplanering är för individerna. Ett högt osäkerhetsundvikande betyder att samhället är generellt rädda för framtiden och oftast förväntar sig att allt dåligt som kan hända, kommer att hända. Lågt osäkerhetsundvikande är då motsatsen, dvs. individerna tar saker och ting som de kommer och stressar inte alltför mycket. (Hofstede Insight, 2018a)

Finländarna är enligt indexet med sina 59 poäng, rädda för en oplanerad framtid och vill helst ha klara regler för saker och ting. Att jobba effektivt och noggrant hör till finländarnas tankesätt. (Hofstede Insight, 2018a)

Med 29 poäng anses Sverige ha ett lågt osäkerhetsundvikande. Det här innebär att de är mera spontana och avslappnade än finländarna. I kulturer med lågt osäkerhetsundvikande kan det dock framkomma mindre effektivitet i arbetslivet, genom lägre fokus på noggrannhet och mera avslappnade regler och attityder mot hårt arbete. Nya idéer och innovationer är dock något som svenskarna är bra på. (Hofstede Insight, 2018b)

## **5.5 Lång- eller korttidsorientering**

På Hofstedes index hittar vi Finland med 38 poäng och är därmed normativa eller ett korttidsorienterat samhälle, där man lever i nuet och respekterar gamla normer och traditioner. Det är också viktigt att vara ärlig och få snabba resultat. Individer i en långtidsorienterad kultur är oftast sparsamma och har blicken mot framtiden. (Hofstede Insight, 2018a)

Enligt Hofstede är Sveriges samhälle någonstans mellan bägge två och går inte att tydligt beskrivas som endera en lång- eller korttidsorienterad kultur. (Hofstede Insight, 2018b)

## 5.6 Tillfredställelse

Tillfredställelse i en kultur innebär att individerna handlar utifrån sina känslor och behov, samt är inte rädda att visa det åt övriga befolkningen. Motsatsen till tillfredställelse är självbehärskning eller återhållsamhet, vilket istället betyder att kulturen i landet vill hindra människors impulsiva beteende genom sociala normer, samt lära individerna att handlingar med mål för tillfredställelse är fel. (Hofstede Insight, 2018a)

I den här kategorin når den finländska kulturen till 57 poäng, vilket är precis över gränsen till hög. Det betyder att finländarna skulle vara optimistiska och sträva efter ett gott och roligt liv utan bekymmer för vad det kan kosta. (Hofstede Insight, 2018a)

Sveriges kultur klassificeras också som hög inom tillfredställelsen med 78 poäng. Samma beskrivning gäller svenska kulturen som finska, med en högre nivå av behov för livsnjutande och fritid. Svenskarna är inte heller rädda för att spendera pengar om produkten eller tjänsten ger dem tillfredställelse. (Hofstede Insight, 2018b)

## 5.7 Landspecifika normer och helgdagar

Länder har oftast olika normer och helgdagar. Helgdagar är traditioner som firas årligen under samma tidpunkt. De är oftast arbetsfria dagar och firas till minne av någon viktig religiös eller historisk händelse. Normer kan tolkas som personers värderingar dvs. vad som är speciellt viktigt för individer i en viss kultur.

### 5.7.1 Finlands normer och helgdagar

Finländska värderingar är relativt självklara, men väldigt viktiga i den finska vardagen. Enligt webbsidan 'Infopankki' som är publicerad av Helsingfors stad, är följande de viktigaste värderingarna:

- **Jämställdhet** - Män och kvinnor skall enligt finländare ha lika ansvar och rättigheter.
- **Tillit & ärlighet** – Finländaren anser att man skall kunna lita på människor och myndigheter. Alla skall hålla sina löften samt vara ärliga, vilket innebär också att vara punktlig och hålla tider som man kommit överens om.
- **Individualitet** – Som det skrevs i kapitlet om individualismen och kollektivismen, är Finland ett individualistiskt land med frihet, självständighet och ansvar för nära och kära.



- **Eget utrymme** – Det egna utrymmet är också kopplat till individualismen genom att barn blir självständiga i allt yngre ålder och flyttar hemifrån. Eget utrymme betyder också att finländaren vill ha ett visst avstånd mellan personer som de inte känner, man skall alltså inte t.ex. stå för nära en okänd person på en busshållplats för det anses som pinsamt och obekvämt.
- **Anspråkslöshet** – Finska individer är jämfört med flera andra länder relativt tysta och blyga av sig. De vill inte att man skall skryta mycket och högt inför andra i gruppen. Istället värderar finländare kunskapen att kunna lyssna på personen som talar.
- **Naturen** – I kapitlet om Finlands geografi, betonades att Finlands yta består till 73 % av skog. Naturen är väldigt nära finländarens hjärta och det är vanligt att spendera somrarna vid sommarstugan i skogen samt plocka bär och svampar under sommaren och hösten.
- **Att hälsa & växelverkan** – Enligt finska kulturen anses det oartigt att inte hälsa på personen man träffar. Vanligaste sättet att hälsa på någon är genom handskakning. Om personen man träffar är en nära vän eller släkting är också en kram vanlig som hälsning. Viktigt vid handskakningen och diskussionen med andra partnern är att hålla ögonkontakt. Diskussionen med finländaren sker helst via direkt kommunikation, dvs. man går rakt på sak och säger vad man menar. Konversationen skall också ske jämlikt så att alla får säga sitt, utan avbrytningar. Som sagt i punkten om anspråkslöshet, är det oartigt att höja rösten och dra uppmärksamhet till sig själv på en offentlig plats. När du kommunicerar med en finländare skall du inte bli rädd eller obekvämt när det ibland kan bli tystnad i diskussionen, det anses som normalt och hör till den finländska kulturen.
- **Matkulturen** – I Finland värderar man högt hälsosam mat och kaffe. Mattider är också tidigare än i länder som befinner sig i Mellersta- och Sydeuropa. Lunchen serveras oftast från 11-tiden och middagen runt 17-tiden. Maten är dock oftast samma som i andra länder, dvs. potatis, ris eller pasta tillsammans med någon typ av kött eller fisk.
- **Bastu** – Att bada bastu hör till den finska kulturen och är känt runtom i världen. Oftast badar man bastu naken vilket kan vara en kulturchock för många gäster i Finland, kvinnor och män brukar dock ha olika bastutider. Om du gör affärer i

Finland kan det bra hända att du blir bjuden på en bastukväll med din affärspartner. Det är menat för avslappning och är en viktig del av finska kulturen. (Infopankki, 2018b)

Helgdagarnas mängd i Finland varierar beroende på källan. En del av källorna går mera noggrant in på kalenderdagarna och räknar med ovanligare historiska händelser som helgdagar. Infopankki har en lista på de vanligaste och viktigaste helgdagar du borde känna igen, de är uppräknade i kronologisk ordning från början av året:

- **Nyår** - Som firas 1 januari
- **Trettondagen** – Julens sista dag firas 6 januari
- **Runebergsdagen** – Firas 5 februari till minne av Johan Ludvig Runeberg. Då serveras även de kända Runebergstårterna runtom i Finland.
- **Vändagen** eller alla hjärtans dag – Firas även i Finland på samma dag som i resten av världen dvs. 14 februari.
- **Fastlagen** – Firas i februari eller mars, beroende på när påsken faller under året. Firandet sker oftast med pulkaåkning och fastlagsbullar.
- **Påsk** – Påskens tidpunkt varierar också årligen, men återkommer i mars eller april. Långfredagen, påskafton, påskdagen och annandag påsk är helgdagar och då är det vanligt att vara ledig. Påskafton kan anses vara en helgdag eller normal lördag beroende på vilken bransch du jobbar inom.
- **Valborgsmässoafton & första maj** – Valborgsmässoafton är en vanlig dag, men första maj är en helgdag. Då är det vanligt att fira med munkar och mjöd. Till tradition hör också att alla som har tagit studenten firar också första maj genom att ha på sig studentmössan.
- **Kristi himmelfärdsdag** – Datumet varierar också årligen, men återkommer alltid 40 dagar efter påsken.
- **Morsdag** – Morsdagen inträffar alltid andra söndagen i maj och då firar finländaren alla mammor med en liten gåva.

- **Midsommar** – Midsommaren firas en helg i slutet av juni. På midsommaren är dagen som längst på året, även kallat sommarsolståndet. Finländaren har som tradition att åka till sommarstugan för firandet av midsommaren.
- **Alla helgons dag** – Firas i början av november till minne av avlidna anhöriga genom att tända ljus vid graven.
- **Farsdag** – Farsdagen firas andra söndagen i november på likadant sätt som morsdagen, oftast med en liten gåva till sin far.
- **Självständighetsdagen** – Finland blev självständigt 6 december 1917. Sjätte december är årligen en helgdag. Många har som tradition att se via TV på presidentens självständighetsfest som firas vid presidentens slott i Helsingfors.
- **Jul** – Julen är tiden då man umgås med familjen och andra vänner. Julafton som firas 24 december följt av juldagen och annandag jul räknas som helgdagar. (Infopankki, 2018a)

### 5.7.2 Sveriges normer och helgdagar

I Sverige råder i stort sett liknande värderingar som i Finland och i flera andra länder. Men det som svenskarna lägger väldigt mycket värde på är jämlikhet, olika rättigheter och skyldigheter bland individer samt barnens rättigheter. För att det skall fungera liknande i framtiden också, vill regeringen utbilda nya invandrare i landet för att bevara och bearbeta ovannämnda värderingarna. (Regeringskansliet, 2018)

De svenska helgdagarna är i kronologisk ordning följande:

- **Nyår**
- **Trettondedag jul**
- **Långfredag**
- **Påskdagen**
- **Annandag påsk**
- **Första maj**
- **Kristi himmelfärdsdag**

- **Pingstdagen**
- **Sveriges nationaldag**
- **Midsommar**
- **Alla helgons dag**
- **Juldagen**
- **Annandag jul**

Som det syns är de svenska helgdagarna nästan lika med finska helgdagarna i kapitlet ovan, med enbart några få skillnader. Pingstdagen är en kyrklig högtid, men räknas också som helgdag i Sverige. Pingstdagen har ett rörligt datum, dvs. varierar från år till år, men firas alltid sjunde söndagen efter påskdagen. (Kalender.se Online Sverige AB, 2019)

Sveriges nationaldag/svenska flaggans dag firas 6 juni och är sedan 2005 en officiell helgdag. (Nordiska museet, u.d.)

## **5.8 Sammanfattning av kulturen i Finland och Sverige**

Jämlikheten i vardagen och i arbetslivet har varit ett hett diskussionsämne redan i flera år. I både Finland och Sverige är jämlikheten något som strävas efter och anses enligt indexet i kapitel 5.1 ovan vara på en lämplig nivå, där det inte syns större skillnader mellan de rika och fattiga i samhället. Självssäkerhet och självständighet anses som goda egenskaper bland invånarna i bägge länderna. I och med den individualistiska kulturen i Finland och Sverige, behövs goda prestationer för att vara framgångsrik i arbetslivet.

I båda kulturer värderas också fritid över jobbet, god hälsa samt hög livskvalité. Under Umeå intervjuressan sågs den svenska kulturens förmåga att göra kompromisser bra, eftersom den inbokade intervjutiden blev framåtskjuten på grund av färjans fördröjda avgång. Personerna som ställde upp på intervju från företagen anpassade sin egen tid till när det passade lämpligast för oss.

I den finländska kulturen vill invånarna helst planera sin framtid i god tid och ha strikta regler om vad man kan göra och inte kan osv. Svenskarna däremot anses som mera spontana och avslappnade än finländarna. Sociala förmågan i Sverige bland människor ansåg jag vara på en annan nivå än den vardagliga finländarens. Svenskarna var mycket mera öppna för

diskussion även om personen var okänd från förut. Det här skulle innebära att svenska företag föredrar att diskutera en kort stund m.a.o. ”small talk”, innan man gör affärer och finländska företag däremot vill gärna gå direkt på sak utan diskussionsstunden.

Båda samhällen anses även vara livsnjutaren och individerna är inte rädda att spendera pengar på något som ger dem tillfredställelse.

## **6 Marknadsprofil för infrastrukturbranschen i Finland**

Infrastrukturbranschen är ett väldigt brett område och vi valde därför att intervjua företag som jobbar med infrastruktur, men inom olika ”avdelningar” och specialiteter av branschen. Vi använde oss av Infra Österbotten rfs medlemsregister för att hitta potentiella intervjudeltagare. I våra intervjuer deltog slutligen fem stycken infraföretag som jobbar huvudsakligen med infrastruktur inom Österbotten, men en stor del av dem har även haft eller har verksamhet och projekt i Sverige. I detta kapitel behandlas resultaten från intervjuerna genom att gå igenom en fråga i taget ur intervjublanketten som användes i intervjuerna (se bilaga 1 och 2).

### **6.1 Vanligaste tjänster som erbjuds och efterfrågas**

Vilka tjänster som kunderna efterfrågar beror främst på vilka typer av tjänster just ditt företag erbjuder. Med tanke på företagen som jag intervjuat, erbjöd de främst tjänster angående jordbyggnad, rivning, kommunalteknik och kranttjänster. Alla företag har dock sina egna kontakter och allianser vilket leder till även mera varierade tjänster som t.ex. industriservice eller ett eget återvinningsområde för betong och träd.

Inom jordbyggnadstjänsterna är de vanligaste och mest efterfrågade tjänsterna diverse vägarbeten och brobyggande. Andra efterfrågade arbeten är t.ex. byggning av husgrunder samt hela bostadsområden.

Inom rivningsbranschen är det vanligt med rivning av egnahemshus, radhus, flervåningshus samt olika industribyggnader. Asbestarbeten är också något som förekommer mycket nuförtiden eftersom det hittas allt mer i äldre hus som skall rivas. Asbestarbeten efterfrågas mycket av privatkunder.

Kommunalteknik är en av de vanligaste tjänsterna som efterfrågas av olika kunder och behandlar tjänster kring vatten och avloppslösningar för t.ex. kommuner eller till privatpersoners sommarstugor.

Krantjänster finns det behov av vid nästan alla byggplatser. Företag som sysslar med maskinuthyrning, hyr oftast ut kranen och en kunnig chaufför i samma paket till beställaren. Teleskoplastare och hjullastare är bland annat maskiner som efterfrågas mycket.

Övrigt så blir det mera vanligt inom infrastrukturbranschen med byggnad av olika el-stationer, var det också ingår en hel del betongarbeten.

## **6.2 Huvudsakliga kunderna inom infrabranschen**

Enligt resultatet av intervjuerna var kunderna och projektbeställarna liknande för alla delar av infrabranschen. De största och viktigaste kunderna anses vara olika byggföretag, kommuner och industri.

Av intervjuerna inom rivningsbranschen fick vi reda på en uppskattad uppdelning av kunderna, där byggföretagen består av 45 %, kommuner 30 %, industri 20 % och privata 5 % av alla kunder.

Inom företag som sysslar med krantjänster uppnådde byggföretagen upp till 90 % av kunderna.

Kommuner och staten i olika former, har oftast något projekt på gång angående infrastruktur (t.ex. vägarbeten, brobyggande eller bostadsområden) och är därför också en av de större projektbeställarna för företag i denna bransch.

För en del företag är industri betydligt största kunden. T.ex. industriservice för olika kraftverk eller ett större företag som UPM, kan det vara det mest lönsamma och resurskrävande arbeten.

För medelstora företag förekom privatkunder mycket lite. En orsak för det här var att för en stor organisation så kräver mindre jobb nästan lika mycket resurser och planering som för större projekt. Ersättningen som fås från mindre projekt av privata kunder räcker sällan till så att det vore lönsamt. Privatkunder förekommer istället mera hos mindre företag.

### **6.3 Vanligaste kommunikationskanalerna mellan inköpare och konsumenter**

Kommunikationskanalerna med kunder och underleverantörer varierar beroende på förhållandet mellan parterna. I vanliga fall används telefon och e-post som sätt att kontakta företagen, där kunden är den som tar initiativ. Konversationen följer enligt hur förhållandet mellan parterna är dvs. i början mera strikt men efter flera gemensamma projekt blir det mera så kallat "first name basis", där parterna börjar vara så bra bekanta att man tilltalar varandra med ens förnamn och har gemensamma kaffestunder med mera.

För att skapa ett nätverk med olika potentiella kunder, är utställningar och mässor ett bra ställe att börja på med ett samarbetspartnerskap. Mässor hjälper en att hitta kontakter och hålla dig uppdaterad om vad som sker på marknaden. Det är också ett bra tillfälle att marknadsföra ditt företag.

Flera av de intervjuade företagen ansåg också att Hilma är ett bra hjälpmedel som de använder vid behov av en speciell tjänst. Hilma är en webbsida som sköts av arbets- och näringsministeriet och fungerar som en annonseringskanal. I Hilma kan företag lägga upp en annons att de endera söker eller erbjuder en viss tjänst, företagen kan då söka upp det de är i behov av och kontakta företaget som erbjuder denna tjänst. (Arbets- och näringsministeriet, 2019)

### **6.4 Marknadsföringsmetoder**

Marknadsföring är ett effektivt sätt att öka kundernas uppmärksamhet och en bra marknadsföringsstrategi kan fungera som konkurrensfördel mot andra aktörer på marknaden. För att få reda på vilken metod passar just ditt företag, är du tvungen att pröva dig fram och spendera resurser på något som kan eventuellt vara enbart slöseri av tid och pengar.

Inom infrastrukturbranschen finns det inget specifikt rätt eller fel sätt att marknadsföra företagen. Var och en gör själv valet på vilket sätt de vill öka kundens uppmärksamhet mot sitt företag. Av de intervjuade företagen var det några aktörer som helt saknade marknadsföring på grund av att de redan verkat på marknaden så pass länge att kunderna känner till företaget från tidigare, och därmed vore marknadsföring ett slöseri av resurser.

Överlag finns det flera olika sätt att visa upp sitt företag, enligt intervjuerna har t.ex. marknadsföring på sociala medier, sökmotorer som Google och Bing, tidningsannonser,

samt investering av resurser på företagets egna webbsidas utseende, varit några bra marknadsföringsmetoder. Sponsoring är också vanligt, men ej lika effektivt som metoderna ovan.

Ett av de intervjuade företagen använde ett mera unikt sätt för marknadsföring, nämligen att måla alla företagets maskiner och fordon med sina egna logo och färger. Det har påståtts vara mycket effektivt, eftersom alla känner igen fordonen på arbetsplatser och i trafiken och kan koppla direkt det till företaget i frågan. Det här är dock inget billigt sätt att marknadsföra i och med att fordonen måste målas om igen nästan årligen för att behålla maskinerna i fint och rent skick.

## **6.5 Längden på projekt och inköpsprocesser**

När det kommer till projektlängder finns det egentligen inte någon minimal eller maximal gräns på var man tackar ja eller nej till ett visst projekt. Projektens längd beror på vilken typ av tjänst det är frågan om.

För rivningsbranschen handlar det om att vara först på plats och projekten börjar oftast alltför snabbt, vilket leder till för lite tid åt planering. Projektlängden i sig har inte någon viss betydelse, men det handlar oftast om kortare arbeten inom denna bransch. Större projekt för oftast med sig problem i och med att det behövs flera arbetare och maskiner till byggplatsen på kort varsel. Mycket stora projekt tackar man oftast nej till eftersom de kan överskrida företagets egna omsättning, men de så kallade "miljonprojekten" förekommer mera sällan i Finland.

Krantjänsters längder pågår också en kortare tid, oftast från 1 timme till 1 vecka, ibland även upp till en månad.

Kommunaltekniska projekt handlar om en tid på cirka 6 till 12 månader.

Projekt inom ledningsnät är en process på cirka 18 månader var det ingår planering samt alla lovprocesser som hör till.

Inom övrig jordbyggnad så är det frågan om projektlängder på 3 till 18 månader, vanligaste fallet är att projektet börjar på våren och skall vara färdigt till hösten.

Som sagt varierar längderna mycket och om en långvarig kund eller underleverantör efterfrågar en tjänst så fixar företagen det oftast, oberoende om det tar 1 timme eller 1 år.



## **6.6 Allianser inom infrabranschen**

Samarbete inom infrabranschen förekommer en hel del, oftast på grund av att den egna maskinparken och resurserna inte är tillräckliga. Då maskinerna och kompetensen inte räcker till, tar företag ofta kontakt med sina underleverantörer eller andra företag som jobbar inom samma bransch. Ett nätverk för underleverantörer är vanligt där man är aktivt i kontakt med varandra angående olika nyheter.

Rivningsfirmor har också samarbete genom att låna maskiner eller hänvisa en kund framåt till ett annat företag ifall de har fullt upp för tillfället. Viktigaste är att kunden är nöjd och får det han beställer, för då kommer han högst sannolikt åter på besök och då finns chansen att han också ger bra ”word of mouth” marknadsföring till andra potentiella kunder.

Industriservice sköter företag oftast själva, men inom jordbyggnadsjobb så främjar företag gärna samarbete med andra, speciellt om det är en på en annan ort eller en längre bit borta från hemplanen.

Dock finns det också företag som ej använder sig av allianser på grund av att de redan har tillräckliga resurser och kompetensen för att utföra projekten själva. Gemensamma skolningar och samarbete inom stora projekt tycks dock vara av intresse för alla intervjuade företagen.

## **6.7 Krav på infrastrukturarbetaren i Finland**

Ett problem för tillfället inom infrabranschen är den stora mängden olika kort och tillstånd som krävs av en infra-arbetare idag. Meningen med skolningarna och tillstånden är god och de är sannerligen inte onödiga, men det skulle vara av företagets intresse ifall mängden skolningar och kort skulle minska till ett rimligt antal, istället för de tiotal olika tillstånd och kurser som krävs i dagens läge. Mängden skolningarna är inte enbart jobbiga för själva arbetarna, utan också för arbetsgivaren på grund av att det kostar stora summor att skola hela personalen inom företaget flera gånger. Istället för massvis med skolningar och kort kunde de per kurs gå in på ett lite bredare område och behålla samma information, så att antalet skolningar minskar, men informationen vore densamma.

Resultaten av intervjuerna gav en lista på vilka kort och behörigheter som är ett absolut måste att ha avklarat när man jobbar inom infrastruktur i Finland, de är följande:

- **Arbets säkerhetskort** – kursens mål är lära arbetarna om säkerheten och ansvar i arbetet, vad man skall göra vid en olycka, samt lära dem att identifiera möjliga risker och hot på arbetsplatsen. Kortet får man genom att vara med på kursen och skriva godkänt i det skriftliga provet. Kortet är sedan i kraft 5 år. (Axxell, 2019)
- **Vägskydd 1** – Kursens mål är att lära ut arbets- och trafiksäkerhet, samt vilka faror förekommer i trafiken för både arbetstagarna och arbetsledningen, som utför någon typ av arbete på väg. Utbildningen vägskydd 1 behövs då personen jobbar på väg med olika uppgifter t.ex. arbetsmaskinförare, transport av vägmateriel, arbete inom vägunderhållsuppgifter. Du behöver också vägskydd 1 för att delta i kursen vägskydd 2. Kortet är i kraft 5 år. (LIS Group, 2019)
- **Vägskydd 2** – Denna kurs är en fortsättning till kursen Vägskydd 1 och är riktade till de som har ansvar om säkerheten och arbete på allmänna vägar. Kursen behandlar riskmomenten som kan uppstå vid arbetsplatsens trafik, samt vill den hjälpa att öka arbetsledningens kunskap om säkerheten i trafiken och på arbetsplatsen. (Optima, 2019)
- **Tillstånd för asbestrivning** – Du behöver tillstånd för asbestrivning samt andra arbetsuppgifter var du utför arbete där du kommer att vara i kontakt med asbestdamm. Tillståndsmyndigheten beviljar tillståndet för asbestsanering. Det beviljade tillståndet fungerar i hela Finland och är oftast i kraft 3 år. (Arbetarskyddsförvaltningen, 2018)

Andra tillstånd som är ett plus, men inte nödvändiga i alla situationer är t.ex. tillstånd för heta arbeten, första hjälp och vattenhygienpass. Ett annat kort som kan krävas på arbetsplatsen är ett så kallat Valttikortti, som fungerar som identifikationskort vid en arbetsplats.

Utbildningsvis om man vill jobba inom infrastruktur så är yrkesskola en bra grund för en framtid inom infrabranschen. Utbildningen beror mycket på vilken typ av arbete man kommer att vilja utföra t.ex. inom krantjänster så är kranförarutbildningen ett måste. En del av jobben inom infrastruktur är mycket farliga och har inte heller någon egentlig skolning, vilket gör att tidigare erfarenhet inom branschen är av stor vikt. Nya och precis utexaminerade arbetstagaren börjar oftast med lättare jobb med mindre maskiner och sedan stegvis går framåt mot större ansvar efter att kompetensen och erfarenheten kommer.

Arbetstagare som har goda egenskaper och är energiska, skötsamma, ärliga och gör ett bra jobb uppskattas högt av arbetsgivarna inom infrabranschen.

## 6.8 Hantering av ansvarsfördelningen mellan köpare och säljare

Det är mycket byråkrati kring vem som har ansvar och var linjen för ansvarsöverföringen går. Vanligtvis i fallen där beställaren av projektet säger exakt vad man skall göra och ifall något går fel, så anses beställaren vara ansvarig. Men om något händer åt projektet eller arbetaren då de följt arbetsledningens direktions så anses ledningen stå som ansvarig.

Ett exempel av ett företag som hyr ut kranjänster är t.ex. att företaget hyr ut maskinerna under arbetsplatsens arbetsledning, om de säger du skall göra något och det visar sig vara fel så är det ledningen som ansvarar. Ifall företagets egna utrustning går sönder och något händer på grund av det så är det uthyraren av kranen som är ansvarig för skadorna.

Projekt kan även överlämnas i etapper, dvs. att en del av projektet överlämnas åt beställaren då de blivit klara, men detta är mera sällsynt. Hela projektet överförs först då allt är klart samt dokumenten givits och godkänts. En garantitid skall ges efter varje jobb, vanligaste garantitiden är 2 år. Även en garantisumma skall ges till byggherren under denna garantitid.

## 6.9 Framtidstrender inom infrabranschen

Vad som kommer att hända i framtiden kan ingen veta, men de intervjuade företagen hade en hel del uppskattningar och önskingar om vad framtiden kunde ha att erbjuda infrabranschen.

Tillstånd och möjlighet att kunna jobba inom EU eller minst i alla fall Norden, vore ett bra steg framåt. Att kunna jobba inom hela EU är ett större steg förtillfället, men vi hör alla till den europeiska gemenskapen och med en gemensam standard så kunde vi alla hjälpa varandra, vilket vore något att sträva efter i framtiden.

Att ha ett gemensamt nordiskt arbets säkerhetskort vore toppen, men det löser inte de verkliga problemen inom branschen idag. Ett av de större problemen idag är bristen på praktik i skolorna. Att klara arbets säkerhetskursen men inte sedan förstå något i praktiken gör ingen nytta. Till exempel inom skola för arbetsledning, skulle det behövas mera praktik eftersom det inte går att leda en arbetsplats man inte vet något om. Därför är praktik som behövs sedan i arbetslivet viktigt.

Företagen önskade också att Finlands standard inom infrabranschen skulle öka, genom att öka kompetensen här, samt infoga besiktningskraven för maskiner och kranar, vilket redan existerar i Sverige.

En av de största framtidsrenderna är digitaliseringen. Redan i dagens läge har nya maskiner massor av skärmar och olika bekvämligheter med mera. I och med digitaliseringen leder det hoppningsvis till att unga arbetare lockas mera till branschen eftersom det förekommer mera moderna IT-baserade jobb än tunga jobb i obekväma omständigheter.

Olika projekt och arbeten anses det finnas mycket av inom infrabranschen i framtiden, om inte annat så rivs det gamla ner och nytt byggs istället.

### **6.10 Största svårigheterna med att etablera sitt företag i Finland och eventuellt på internationella marknader**

En del av problemen med att etablera och växa som företag inom infrastrukturbranschen i Finland är liknande i övriga länder. En av de vanligaste svårigheterna att komma igång är bristen på kontakter oberoende var man vill etablera sig. Ett företag behöver skapa ett nätverk av pålitliga kontakter för att minska risker som uppkommer på nya marknader.

Ett annat problem speciellt inom rivningsbranschen är att skolningen fattas, vilket innebär att det till början med är svårt att hitta kunniga, kompetenta och motiverade arbetaren. En del arbetaren har som vana att komma till jobbet med vardagskläder och utföra farliga arbeten så snabbt som möjligt, oftast utanför vad som är lagligt. Beställaren av projekten i Finland väljer oftast det billigaste alternativet istället för att tänka på ansvaret och säkerheten på arbetsplatsen, vilket leder till att det är oftast de ovannämnda arbetarna som blir anställda. Det som sparas på kort sikt kommer en vacker dag att komma emot som problem i och med att det som blivit byggt slarvigt kommer att brista och tvingas bygga upp på nytt, och samma onda cirkel börjar om igen. Denna typ av problem sänker standarden i hela Finland. T.ex. i Sverige är standarden högre tack vare att beställarna ser på referenser och tidigare arbeten istället för priset när de anställer ett företag. Svenska arbetsmoralen, prisklassen samt maskinkvalitén är på en helt annan nivå än i Finland, vilket påverkar inte bara den inhemska marknaden, men också försöket att ha verksamhet internationellt.

Leasingen nuförtiden har också förstört branschen speciellt i södra Finland. I dagens läge kan man hyra en grävmaskin för några tusen och börja jobba, dvs. företag kan öka kapaciteten även om de egentligen inte har råd med det.

Överlag gör den låga prisnivån i Finland att det inte lönar sig i synnerhet inom kranbranschen att växa som företag i hemlandet.

Resurserna kommer också snabbt emot oberoende om det är nationellt eller internationellt företaget vill växa. Nya maskiner och kranar kan vara miljoners investeringar och utan en bred maskinpark är det inte lönsamt att försöka göra projekt internationellt. Digitaliseringen och dess ökning inom branschen har företagens resurser på spänt. Det krävs ofta av beställaren att företaget skall ha den senaste teknologin i deras maskiner då de utför projekten, vilket inte blir billigt med hänsyn till den takt som teknologin utvecklas hela tiden.

Största hindren med internationaliseringen enligt företagen är de alla olika tillstånd som behövs för att jobba i olika länder. Företag behöver också specialkunnande med nya metoder, tankesätt och innovationer eller något nytt att komma med för att lyckas på nya marknader.

Ett annat vanligt problem med att åka över till Sverige och ofta ett avgörande faktum är språkmuren. Det är svårt att hitta en duktig arbetsledare som kan bra svenska och är från tidigare bekant med alla svenska dokument.

Flera företag saknar också kapaciteten och tillräckligt med information om grannlandet så att det skulle vara realistiskt att växa på andra sidan gränsen. Ett kontaktnätverk skulle gynna internationaliseringen i och med att man kunde dela med sig information med företag över gränserna och på så sätt inte riskera allt med att hoppa i mörkret.

Övriga problem är t.ex. distansen och konjunktursvängningarna. Distanserna orsakar svårigheter oberoende om det är i Finland eller Sverige. Flera företag i Finland har redan så fullt upp med projekt i hemlandet, att redan tanken av att åka över till Sverige är för långsökt.

## **6.11 Nordiskt samarbete positivt eller negativt**

Enligt intervjuerna kan ett nordiskt samarbete inte direkt ha en negativ effekt från Finlands synvinkel. Andra nordiska länder kan dock se ett samarbete som något negativt i och med standardskillnaderna. Men ifall Finlands standard ökar och om alla spelar med samma kort samt har samma prisklass så är det bra konkurrens på marknaden. Inom denna bransch finns det absolut utrymme för flera aktörer som är villiga att delta. Det kan dock vara svårare för övriga nordiska länder att komma till Finland bortsett från västkusten, eftersom språket här skiljer sig mycket från de övriga länderna.

Internationellt samarbete skulle utjämna byggvolymerna dvs. ifall det är lugnare tider i Finland och vi har kapacitet som vilar, kan vi sälja våra tjänster till de övriga nordiska länderna vid behov. Likadant om det är högkonjunktur i Finland och vi har för liten kapacitet, kan vi då jämna ut volymen genom att anställa nordiska företag istället för att slösa på

resurser med att skola upp nya arbetaren. Huvudsaken är att företagen har möjligheten att vara flexibla och samarbeta internationellt och detta anses enbart vara positivt.

## **7 Marknadsprofil för anläggningsbranschen i Sverige**

Anläggningsbranschen i Sverige motsvarar alltså det som kallas infrastrukturbranschen i Finland. Som det redan nämntes i kapitlet 1.4 om arbetets avgränsning, innebär anläggningsbranschen byggnation av bostadsområden, vägar, broar samt kommunalteknik. I våra intervjuer i Sverige deltog två stycken anläggningsföretag, vilka jobbar huvudsakligen i Umeåtrakten. Frågorna i bilaga 3 är de som användes i intervjuerna för att nå resultatet som genomgås i kommande kapitlen.

### **7.1 Vanligaste tjänster som erbjuds och efterfrågas**

Båda intervjuade företagen i Sverige jobbade främst inom mark- och anläggningsbranschen. Inom branschen sysslar de med egentligen allting som har med mark att göra. Till de vanligaste tjänsterna inom denna bransch hör byggnation av husgrunder eller grunder för industribyggnader/hallar, olika asfaltytor t.ex. vägar, parkeringsytor samt gång- och cykelvägar. Kommunalteknik, dvs. byggnation av olika avlopp- och vattensystem hör även till vanliga marktjänster.

### **7.2 Huvudsakliga kunderna inom anläggningsbranschen**

I anläggningsbranschen är det vanligt att företaget jobbar åt en byggherre eller byggföretag istället för direkt åt slutkunden. Detta betyder att beställarna på tjänsterna oftast är byggföretag eller offentliga sektorn.

Den huvudsakliga kundgruppen inom anläggningsbranschen varierar beroende på storleken på företaget. I små företag är det mera vanligt med privata personer som kunder, i jämförelse med medelstora företag var privata personer är mycket sällan inom kundgruppen, eftersom det inte är helt enkelt lönsamt för större företag att investera resurser på korta projekt som ger mindre ersättning.

På basis av intervjuerna är den procentuella uppdelningen av kunderna för små företag följande; privata personer motsvarar cirka 20 % av alla kunder, byggföretagens andel är 60 % och slutligen kommunen 20 %.

För medelstora företag inom anläggningsbranschen är kundgruppen vanligtvis att 50 % är bostadsbyggande åt olika företag och resterande 50 % är offentliga sektorn och industri. I år stämde denna uppdelning inte för det intervjuade företaget eftersom i år var andelen av offentliga sektorn mycket större tack vare ett stort projekt. Bostadsbyggande har också minskat något smått i och med att det finns brist på tomter att bygga på. Procentuell uppdelning i år är följande; 70 % offentlig sektor, 10 % industri och 20 % byggföretag. Bostadsrätter har även svåra bankkrav, vilket leder till att färre har råd att bygga hus i dagens läge. Men när regeringen sänker kraven så kommer flera bostäder att byggas och då återställs antagligen den vanliga uppdelningen av kunder.

### **7.3 Vanligaste kommunikationskanalerna mellan inköpare och konsumenter**

Vilken typ av kommunikationskanal som används bland kunder och företag beror oftast på vilken kund som beställer. Privatpersoner använder mest telefon och företag skickar oftast anbudsfrågan för ett visst jobb per e-post. I de flesta fall är det redan från tidigare kända kunder som kontaktar företagen och väljer därmed dem igen på basis av resultatet från tidigare arbeten. I en del projekt finns det även anbudstävlingar bland intresserade företag.

Det finns också en offentlig databas samt olika mässor som kan fungera som en kommunikationskanal mellan företaget och beställaren, detta är dock mindre vanligt i Sverige. Vanligtvis börjar samarbetet med telefon och kalkyl.

### **7.4 Marknadsföringsmetoder**

Enligt intervjuerna är marknadsföring något som det inte känns lönsamt att investera i. Bortsett från företagets egna webbsidor är enbart köpande av sökord på internet den enda formen av marknadsföring som dessa företag har använt sig av. Det anses inte behövas eftersom de är redan kända i trakten och jobbar mest med återkommande kunder genom bra resultat från tidigare jobb. Eftersom det redan finns bra med jobb inom Umeåtrakten och orderstocken är jämt full, är marknadsföring ett slöseri på resurser. Traditionella annonser samt mässor kan vara ett bra sätt att marknadsföra sig inom branschen, men den här typen

av marknadsföring anses vara riktade till privatpersoner och de hör inte heller till den kundgrupp medelstora företag riktar sig till.

## **7.5 Längden på projekt och inköpsprocesser**

Inköpsprocesserna sker oftast fort, det är ofta frågan om cirka ett par månader från när förfrågan kommit tills man har ett fysiskt avtal. Två månader är det vanliga, men i vissa fall kan det vara längre ifall företaget är med i skeden angående detaljplanering och bygglovsarbete, då är det frågan om cirka sex månader tills affären är klar.

Företagen har inga minimala eller maximala gränser på ett projekts längd. I mindre företag förekommer en timmes eller 1 dags projekt, men kan även uppstiga till 3 år, medellängden på ett mindre företags projekt är cirka 1 vecka. Medelstora företag har egentligen projekt från 1 vecka till 4 år. I längre projekt kring 4 år är det ofta frågan om byggning av ett villaområde eller bostadsområde, men detta styrs mycket också av hur mycket de fått sålt av t.ex. lägenheterna eller husen. Om försäljningen går sämre kan det stanna upp och vänta ett år på bättre förutsättningar eller göra ändringar i ritningar, och sedan fortsätta, vilket gör att vissa projekt blir väldigt utdragna. Hur som helst så föredrar företagen att ha i alla fall några större projekt att luta sig tillbaka till, ifall det uppkommer en sämre period inom branschen.

## **7.6 Allianser inom anläggningsbranschen**

Inom anläggningsbranschen är det vanligt att jobba individuellt, speciellt inom den volym som små och medelstora företag har. I vissa fall hjälps företagen åt varandra inom branschen, men det händer mera sällan. Dock ifall det är frågan om större väg- och brobyggen eller stora industriprojekt så kan det hända att företagen slår ihop krafter med inhemska företag eller samarbetar med vissa utländska företag. Samarbete med företag inom andra branscher är mera vanligt t.ex. med elektriker eller rörmokare i samband med byggandet. Företagen köper ofta också maskintjänster från andra företag vilket kan anses som samarbete, men det finns inget direkt nätverk eller allianser bland anläggningsföretagen.

## **7.7 Krav på byggarbetaren i Sverige**

I dagens läge inom anläggningsbranschen ställs största kraven mot arbetsgivarna och arbetsledningen. Eftersom man som byggare inte behöver ha någon egentlig utbildning eller kompetensbevis som krav, är det upp till arbetsgivaren att se till att arbetarna har nödvändig kunskap som behövs vid arbetsplatsen och vid personens arbetsuppgifter. Arbetsgivaren



ansvarar för utbildningen av personalen, och vid diverse skolningar anlitar företagen olika lokala kurshållaren beroende på vilken kurs det är frågan om. Vissa arbetsuppgifter som t.ex. maskinarbete, samt arbete vid järnväg eller högspänning, är det ett måste för arbetaren att ha speciella bevis och utbildningar. Vid själva byggplatsen skall arbetarna först läsa byggets regler samt använda den skyddsutrustning som krävs. Kraven om vilken utbildning som behövs vid en byggplats kommer från beställaren av projektet.

Vanliga tillstånd som krävs inom branschen är bland annat utbildning inom första hjälp och arbete på väg. Arbete på väg är det tillstånd i Sverige som motsvarar vägskydd 1 och vägskydd 2 i Finland.

Personliggaren ID06 är det som används vid egentligen alla byggplatser i Sverige.

**ID06** – ID06 är ett system som används vid de flesta byggplatser för att kunna identifiera och koppla olika arbetaren på byggplatsen till dess arbetsgivare. I dagens läge används ID06 av cirka 70 000 företag i Sverige. Systemet publicerades 2006 av Sveriges Byggindustrier för att främja en säkrare arbetsmiljö inom byggbranschen. Ifall en arbetsplats använder sig av ID06 är det obligatoriskt att all personal inom byggplatsen bär med sig ett personligt ID06-kort. Själva systemet har flera olika funktioner, men arbetsgivarna väljer själva vilka funktioner som de använder sig av inom företaget. (ID06, 2019)

## **7.8 Hantering av ansvarsfördelningen mellan köpare och säljare**

Som det redan nämndes i kapitel 7.2 om huvudsakliga kunderna inom branschen, jobbar alltså de flesta anläggningsföretagen åt en byggherre. Detta innebär att arbetsplatsens byggherre har det övergripande arbetsmiljöansvaret samt ansvarar att allt sker som det ska och beställaren av projektet får det han beställt. För arbetarna på byggplatsen är ansvaret begränsat till att göra arbetet så som byggherren har anvisat, för att kunna följa reglerna på arbetsplatsen utbildas varje arbetare inom byggplatsen om vilka krav som gäller och vilken utrustning är nödvändig att användas på just denna byggplats. Eftersom företagen är oftast underentreprenörer har de inget specifikt ansvar mot slutkunden, men överlämningsmässigt är det vanligast att byggherren lämnar över ansvaret till beställaren då projektet är färdigt och dokumenten färdiggjorda samt överlämnade till beställaren. Garantitid på det byggda arbetet ges även i Sverige, vilket är vanligtvis 2 år.

## **7.9 Framtidstrender inom anläggningsbranschen**

För de intervjuade företagen är det än så länge oklart om vad som framtiden innebär för branschen. En gemensam nordisk utbildning inom arbetssäkerhet skulle vara något att sträva efter, för att t.ex. lättare kunna identifiera personer med kunskap och erfarenhet inom vissa områden. Större företag har redan olika certifieringar, men det kommer antagligen att krävas av mindre företag också i framtiden. I och med trenden för företag att vara miljövänliga är av stor vikt i dagens läge, kommer speciellt miljövänlighet och miljöcertifieringar att troligtvis vara ett diskussionsämne inom branschen i framtiden.

Det finns en stor mängd invandraren i Sverige, och bland dem finns det potentiella arbetaren, men i Sverige finns det ingen specifik kanal för att nå denna målgrupp, vilket vore toppen i framtiden för att locka och öka mängden arbetare inom branschen. Språket är givetvis ett problem i början, men med rätt intresse och attityd bland arbetarna, hittar företagen oftast en lösning på problemet.

## **7.10 Största svårigheterna med att etablera sitt företag i Sverige och eventuellt på internationella marknader?**

Största problemet inom branschen är att få tag på kompetent personal inom alla avdelningar bland annat maskinförare, anläggningsarbetare och arbetsledare. Det finns för få utbildningar och människor med intresse för branschen. Största delen inom Umeåregionen har redan jobb och det kommer sällan emot nya kompetenta arbetare som söker anställning.

På internationella marknader anses samma problem gälla. Eftersom det inte är praktiskt att flytta över hela personalen utomlands för ett projekt, behövs det även där anställas nya arbetare med rätt kompetens samt få grundat ett kontaktnät med olika företag för att kunna hjälpas åt. Det behövs också en stor maskinpark för att kunna utföra internationellt arbete, var resurserna kommer emot. En del företag använder leasing som metod när de skaffar nya maskiner, men även köp på avbetalning är vanligt på grund av momsreglerna, eftersom företagen har då möjlighet att dra av moms på avbetalningen, vilket inte fungerar med leasing. Det anses bättre att bygga upp värde på bolaget genom att äga maskinerna, men leasing är dock en bra metod ifall företagen har sämre kassaflöde.

## **7.11 Negativa effekter av nordiskt samarbete**

De intervjuade företagen tror inte att det finns en negativ påverkan av ett nordiskt samarbete inom anläggningsbranschen. De anser att ifall företag kommer till Sverige från andra länder och gör ett dåligt jobb så tar det ut sig själv dvs. antingen är de utländska företagen bättre än de inhemska vilket är enbart bra, eller då är de sämre, vilket leder till en engångsaffär och marknaden återställs.

För tillfället är risken större bland de utländska företag som kommer till Sverige och jobbar med sämre standarder både bygg- och säkerhetsmässigt. De företag som orsakar riskerna är dock inte från de nordiska länderna.

## **8 Konklusion**

I detta kapitel sammanfattar jag examensarbetet i korthet och diskuterar även ifall arbetet nått syftet med uppgiften, samt ger idéer om fortsatt forskning inom ämnet.

### **8.1 Examensarbetet och dess uppnådda syfte i korthet**

Arbetets syfte var att frambringa viktig information gällande etablering av infrastruktur företag i Finland och Sverige. Med detta arbete skulle företag få hjälp med internationaliseringsprocesser genom att få bland annat reda på information angående branschen samt eventuella kunder i respektive länder.

Inom landsprofilen placerade jag vikten på kulturella skillnaderna och likheterna bland länderna. Rådata som befolkningsmängd och BNP förändras hela tiden, men kulturella drag och traditioner ändras sällan och därmed ansåg jag vara av större vikt för uppgiftens skull. I denna uppgift var det frågan om Finland och Sverige, vilket innebär att i ländernas kulturer uppstod det mera likheter än skillnader. Analysen av kulturen gav några konkreta exempel på hurdana människorna är till sin natur samt hur samhällen ser ut i länderna. Syftet med landsprofilens del av uppgiften var att göra en generell profil om länderna med målet att underlätta internationaliseringsprocessen. Profilen ger intresserade företag en blick på bland annat landets kultur, sysselsättningsgrad och den ekonomiska situation, vilket är av väsentlig bakgrundsfakta för ett företag med blicken på verksamhet i någondera av länder.

Jag anser att resultaten från intervjuerna med företag i Finland och Sverige har varit givande och kartläggningen av hur branscherna ser ut i dagens läge i bägge länderna har blivit lyckad. Resultatet från intervjuerna gav en bra bild om likheterna, skillnaderna och svårigheterna mellan branschen i Finland och Sverige. Enligt min åsikt har målet med arbetet nåtts, men detta arbete skrapar dock enbart ytan inom ämnet internationalisering och jag anser att det finns mycket att vidareforska inom ämnet, vilket jag diskuterar mera om i kapitlet om fortsatt forskning.

## **8.2 Fortsatt forskning inom ämnet**

Det finns mängdvis med olika vägar att välja mellan med tanke på fortsatt forskning inom detta ämne. Mitt examensarbete kartlägger hur infrastrukturbranschen i Finland och anläggningsbranschen i Sverige ser ut i dagens läge. Eftersom branschen är så stor, vore ett sätt att forska vidare vara att välja en eller några ”delar” av branschen t.ex. vägarbete och bostadsbygge, och göra djupare intervjuer inom enbart dessa uppgifterna.

Ett annat alternativ för fortsatt forskning kunde behandla internationaliseringen och ge konkreta svar på vad exakt man som företag skall utföra på förhand, under tiden och efter man har etablerat sitt företag utomlands, samt hur man går tillväga för att erhålla de tillstånd som behövs inom branschen i främmande länder. Detta ämne är möjligen mera allmänt och kan vara till nytta för andra branscher också.

## Källförteckning

- Arbetskyddsförvaltningen, 2018. *Asbest*. [Online]  
Available at: <https://www.tyosuojelu.fi/web/sv/om-oss/arendenhantering/-tillstand-och-anmalning/asbest>  
[Använd 2019].
- Arbets- och näringsministeriet, 2019. *Hilma*. [Online]  
Available at: <https://www.hankintailmoitukset.fi/sv/>  
[Använd 2019].
- Axxell, 2019. *Arbets säkerhetskort*. [Online]  
Available at: <https://www.axxell.fi/fi/arbets-sakerhetskort>  
[Använd 2019].
- Central Intelligence Agency, 2018a. *The World Factbook*. [Online]  
Available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fi.html>  
[Accessed Oktober 2018].
- Central Intelligence Agency, 2018b. *The World Factbook*. [Online]  
Available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sw.html>  
[Accessed 2018].
- Finlands Bank, 2016. *Suomen elinkeinorakenne vuosina 1860-2015*. [Online]  
Available at: <https://www.eurojatalous.fi/fi/kuviot/graafi/suomen-elinkeinorakenne-vuosina-1860-2015/>  
[Haettu 2018].
- Hiltunen, E., 2015. *Kaupparajoitukset olisivat suuri takaisku kotimaiselle metsäteollisuudelle*, s.l.: Yle.
- Hofstede Insight, 2018a. *Country Comparison: What about Finland?*. [Online]  
Available at: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/finland/>  
[Accessed 2018].
- Hofstede Insight, 2018b. *Country Comparison: What about Sweden?*. [Online]  
Available at: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/sweden/>  
[Accessed 2018].
- Hofstede, G., n.d. *Geert Hofstede CV*. [Online]  
Available at: <https://geerthofstede.com/geert-hofstede-biography/geert-hofstede-cv/>  
[Accessed 2018].
- Hofstede, G., n.d. *Geert Hofstede's Biography*. [Online]  
Available at: <https://geerthofstede.com/geert-hofstede-biography/>  
[Accessed 2018].
- ID06, 2019. *Om ID06*. [Online]  
Available at: <https://id06.se/om-oss/>

Ilmatieteenlaitos, 2018a. *Lämpimin ja kylmin paikka vuosittain*. [Online]  
Available at: <https://ilmatieteenlaitos.fi/lampimin-ja-kylmin-paikka-vuosittain>

Ilmatieteenlaitos, 2018b. *Kesä 2018*. [Online]  
Available at: <https://ilmatieteenlaitos.fi/kesa-2018>

Infopankki, 2018a. *Finländska helgdagar*. [Online]  
Available at: <https://www.infofinland.fi/sv/information-om-finland/grundlaggande-information-om-finland/kulturer-och-religioner-i-finland/finlandska-helgdagar>  
[Använd 2018].

Infopankki, 2018b. *Finländska seder*. [Online]  
Available at: <https://www.infofinland.fi/sv/information-om-finland/grundlaggande-information-om-finland/kulturer-och-religioner-i-finland/finlandska-seder>  
[Använd 2018].

Infopankki, 2018c. *Kort om Finland*. [Online]  
Available at: <https://www.infopankki.fi/sv/information-om-finland/grundlaggande-information-om-finland/kort-om-finland>  
[Använd Oktober 2018].

Kalender.se Online Sverige AB, 2019. *Helgdagar 2019*. [Online]  
Available at: <https://www.kalender.se/helgdagar>  
[Använd 2019].

Leadbeater, C., 2016. 10 fascinating things you probably didn't know about Finland. *The Telegraph*.

LIS Group, 2019. *Vägskydd 1*. [Online]  
Available at: <https://www.lis.fi/koulutukset/turvakorttikoulutukset/vagskydd-1/>  
[Använd 2019].

Naturvårdsverket, 2018. *Klimatet förändras i Sverige*. [Online]  
Available at: <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Klimat-och-luft/Klimat/Klimatet-forandras/klimatet-forandras-i-Sverige/>

Nordiska museet, u.d. *Sveriges nationaldag*. [Online]  
Available at: <https://www.nordiskamuseet.se/aretsdagar/sveriges-nationaldag>  
[Använd 2018].

Nordiska rådet och Nordiska ministerrådet, 2017. *Fakta om Sverige*. [Online]  
Available at: <https://www.norden.org/sv/information/fakta-om-sverige>  
[Använd 2018].

Näringslivets Ekonomifakta, 2018a. *Arbetslöshet*. [Online]  
Available at:  
<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Arbetsloshet/Arbetsloshet/>  
[Använd 2018].

Näringslivets Ekonomifakta, 2018b. *Strukturförändringar i sysselsättningen*. [Online]  
Available at:  
<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Sysselsattning/Strukturforandringar-i-sysselsattningen/>  
[Använd 2018].

Näringslivets Ekonomifakta, 2018c. *Sysselsättning*. [Online]

Available at:

<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Sysselsattning/Sysselsattning-per-manad/>

[Använd 2018].

Näringslivets Ekonomifakta, 2018d. *Sysselsättningsgrad*. [Online]

Available at:

<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Sysselsattning/Sysselsattning-sgrad/>

[Använd 2018].

Optima, 2019. *Vägskydd 2*. [Online]

Available at: [https://www.optimaedu.fi/svenska/borja-](https://www.optimaedu.fi/svenska/borja-studera/chauff%C3%B6rsutbildningar/v%C3%A4gskydd-2.html)

[studera/chauff%C3%B6rsutbildningar/v%C3%A4gskydd-2.html](https://www.optimaedu.fi/svenska/borja-studera/chauff%C3%B6rsutbildningar/v%C3%A4gskydd-2.html)

[Använd 2019].

Regeringskansliet, 2018. *Samhällsorientering för nyanlända ska handla mer om normer och värderingar*. [Online]

Available at:

<https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2018/02/samhallsorientering-for-nyanlanda-ska-handla-mer-om-normer-och-varderingar/>

[Använd 2018].

Schauman, P., 2018. *Finlands BNP passerar nivån före finanskrisen – men vi är inte ännu lika rika som då*, u.o.: Yle.

Skanska, u.d. *Öresundsbron*. [Online]

Available at: [https://www.skanska.se/vart-erbjudande/vara-](https://www.skanska.se/vart-erbjudande/vara-projekt/57321/Oresundsbron)

[projekt/57321/Oresundsbron](https://www.skanska.se/vart-erbjudande/vara-projekt/57321/Oresundsbron)

[Använd 2019].

Statistikcentralen, 2018a. *Bruttonationalprodukten ökade med 2,8 procent i fjol*.

[Online]

Available at: [http://www.stat.fi/til/vtp/2017/vtp\\_2017\\_2018-07-12\\_tie\\_001\\_sv.html](http://www.stat.fi/til/vtp/2017/vtp_2017_2018-07-12_tie_001_sv.html)

[Använd Oktober 2018].

Statistikcentralen, 2018b. *Handel*. [Online]

Available at: [https://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk\\_kotimaankauppa\\_sv.html](https://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_kotimaankauppa_sv.html)

[Använd 2018].

Statistikcentralen, 2018c. *Befolkning*. [Online]

Available at: [https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_vaesto\\_sv.html](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto_sv.html)

[Använd 8 Oktober 2018].

Statistikcentralen, 2018c. *Sysselsättningen ökade i augusti från året innan*. [Online]

Available at: [https://www.stat.fi/til/tyti/2018/08/tyti\\_2018\\_08\\_2018-09-](https://www.stat.fi/til/tyti/2018/08/tyti_2018_08_2018-09-25_tie_001_sv.html)

[25\\_tie\\_001\\_sv.html](https://www.stat.fi/til/tyti/2018/08/tyti_2018_08_2018-09-25_tie_001_sv.html)

[Använd 2018].

Statistikcentralen, 2018d. *Nationalräkenskaper*. [Online]

Available at: [https://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk\\_kansantalous\\_sv.html](https://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_kansantalous_sv.html)

[Använd 2018].

Statistikcentralen, u.d. *Bruttonationalprodukt*. [Online]  
Available at: [http://www.stat.fi/meta/kas/bktmarkkina\\_sv.html](http://www.stat.fi/meta/kas/bktmarkkina_sv.html)  
[Använd 2019].

Statistiska centralbyrån, 2016. *Rekordår och kriser – så har BNP ökat och minskat*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2016/bruttonationalprodukten-bnp/>  
[Använd 2018].

Statistiska centralbyrån, 2017a. *Svenska hushållens faktiska konsumtion ligger 10 procent över EU-snittet*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/priser-och-konsumtion/kopkraftspariteter/kopkraftspariteter-ppp/pong/statistiknyhet/kopkraftspariteter-2014-2016/>  
[Använd 2018].

Statistiska centralbyrån, 2017b. *Sveriges folkmängd från 1749 och fram till idag*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2017/sveriges-folkmangd-fran-1749-och-fram-till-idag/>

Statistiska centralbyrån, 2018a. *Folkmängd i landskapen den 31 december 2017*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/befolkning/befolkningens-sammansattning/befolkningsstatistik/pong/tabell-och-diagram/helarsstatistik--forsamling-landskap-och-stad/folkmangd-i-landskapen-den-31-december-2017/>

Statistiska centralbyrån, 2018b. *Befolkningsstatistik*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/befolkning/befolkningens-sammansattning/befolkningsstatistik/>

Statistiska centralbyrån, 2018c. *Arbetslöshet i Sverige*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/samhallets-ekonomi/arbetsloshet-i-sverige/>  
[Använd 2018].

Statistiska centralbyrån, 2018d. *Samhällets ekonomi*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/samhallets-ekonomi/>  
[Använd 2018].

Statistiska centralbyrån, 2018e. *Sveriges import*. [Online]  
Available at: <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/samhallets-ekonomi/sveriges-import/>  
[Använd 2018].

Svenska FN-förbundet, 2017. *Befolkningstäthet*. [Online]  
Available at: <https://www.globalis.se/Statistik/Befolkningstaethet>  
[Använd Oktober 2018].



Sveriges meteorologiska och hydrologiska institut, 2009. *Sveriges klimat*. [Online]  
Available at: <https://www.smhi.se/kunskapsbanken/klimat/sveriges-klimat-1.6867>  
[Använd 2018].

Telegraph Travel, 2018. 18 reasons why Finland is the greatest country on Earth. *The Telegraph*.

## Bilagor

### Bilaga 1

#### Kärnfrågor – Nuläget

- Vilken typ av tjänster erbjuder ni och vilka är de vanligaste tjänsterna som era kunder efterfrågar?
- Vem är det som köper? Är det offentliga sektorn, privatpersoner eller industri som köper? Procentuell uppskattning av andelen kunder bland ovanstående grupper?
- Hur köper man? Vilka kanaler använder ni mellan inköpare och konsumenter (t.ex. epost eller telefon)?
- Vilka marknadsföringsmetoder använder ni och har dessa varit framgångsrika för er?
- Hur långa är projekten och inköpsprocesserna vanligt
- Är det normalt med allianser mellan företag inom infrabranschen?
- Vilka krav ställs på infrastrukturarbetaren i Finland? (arbetskydd och kompetenskrav etc.)
- Hur hanteras ansvarsfördelningen mellan köpare och säljare i Finland?
- Har ni någon insikt på eventuella framtidsrender inom infrabranschen? (t.ex. nordiskt arbets säkerhetskort)
- Vilka anser ni att är största svårigheterna med att etablera sitt företag i Finland och eventuellt på internationella marknader?
- Anser ni att samarbete med övriga nordiska länder kan också ha en negativ påverkan? (t.ex. mindre jobb för mindre företag, ifall arbetare kommer från övriga länder till Finland?)

### Bilaga 2

#### Kysymyksiä nykytilanteesta

- Mitä palveluita tarjoatte ja mitä asiakkaanne pääasiassa ostavat?
- Ketkä ovat teidän asiakkaita tai kuka ostaa teidän palveluita? (Yritykset, julkinen sektori vai yksityishenkilöt?)
- Kuinka kommunikoitte asiakkaiden ja alihankkijoiden kanssa? (Sähköpostitse, puhelimitse tai jotenkin toisin?)
- Mitä markkinointimenetelmiä käytätte ja onko tämä menetelmä ollut tuloksellinen/onnistunut?
- Kuinka pitkiä projektinne ja muut ostoprosessit yleensä ovat? Vaihtelee ko pituus paljon ja onko projektin koolla väliä (minimi ja maksimi raja)?
- Onko yhteistyö muiden infrayritysten kanssa tavallista? esim. yhteisiä projekteja?
- Mitä vaaditaan infra-alan työntekijältä Suomessa? (työturvallisuuskortti, koulutus?)
- Kuinka projektien vastuunjako yleensä tapahtuu? Siirtyykö vastuu ostajalle vasta projektin valmistuessa ja tarjoatko takuuta tehdystä työstä?
- Onko teillä tietoa infra-alan tulevaisuudesta? (esim. EU tai pohjoismainen työturvallisuuskortti?)
- Mitä yleisiä vaikeuksia infra-alan yrityksillä on jotka haluavat kehittyä Suomen- tai kansainvälisillä markkinoilla?
- Voiko pohjoismaiden yhteistyöllä olla negatiivisia vaikutuksia?

## Bilaga 3

### Kärnfrågor – Nuläget

- Vilken typ av tjänster erbjuder ni och vilka är de vanligaste tjänsterna som era kunder efterfrågar?
- Vem är det som köper? Är det offentliga sektorn, privatpersoner eller industri som köper? Procentuell uppskattning av andelen kunder bland ovanstående grupper?
- Hur köper man? Vilka kanaler använder ni mellan inköpare och konsumenter (t.ex. epost eller telefon)?
- Vilka marknadsföringsmetoder använder ni och har dessa varit framgångsrika för er?
- Hur långa är projekten och inköpsprocesserna vanligt
- Är det normalt med allianser mellan företag inom bygg-/anläggningsbranschen?
- Vilka krav ställs på byggarbetarna i Sverige? (arbetsskydd och kompetenskrav etc.)
- Hur hanteras ansvarsfördelningen mellan köpare och säljare i Sverige?
- Har ni någon insikt på eventuella framtidsrender inom bygg-/anläggningsbranschen? (t.ex. nordiskt arbetssäkerhetskort)
- Vilka anser ni att är största svårigheterna med att etablera sitt företag i Sverige och eventuellt på internationella marknader?
- Anser ni att samarbete med övriga nordiska länder kan också ha en negativ påverkan?