

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**OCENA PRIMERNOSTI DANSKEGA IN FINSKEGA TRGA
MONTAŽNIH LESENIH OBJEKTOV ZA VSTOP PODJETJA RIKO
HIŠE, D.O.O.**

Ljubljana, september 2011

NASTJA STARČIČ

IZJAVA

Študentka Nastja Starčič izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom prof. dr. Katje Zajc Kejžar, in da v skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovolim objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____

Podpis: _____

KAZALO

UVOD	1
1 INTERNACIONALIZACIJSKA STRATEGIJA PODJETJA RIKO HIŠE, D.O.O. ..	2
1.1 Predstavitev podjetja	2
1.2 Predstavitev izdelka.....	3
1.3 Internacionalizacija podjetja.....	4
2 ANALIZA ŠIRŠEGA ZUNANJEGA OKOLJA PODJETJA.....	6
2.1 Geografsko okolje	6
2.1.1 Relief.....	6
2.1.2 Podnebje.....	7
2.2 Demografsko-fizično okolje.....	7
2.2.1 Velikost države, starostna sestava in rast prebivalstva	7
2.2.2 Stopnja urbanizacije	8
2.2.3 Velikost in struktura gospodinjstev.....	8
2.2.4 Etnična ter verska pripadnost	9
2.3 Politično-pravno okolje	9
2.3.1 Politični sistem.....	9
2.3.2 Strogi standardi energetske učinkovitosti stavb.....	10
2.3.3 Proces nakupa nepremičnine na Danskem in Finskem trgu.....	11
2.3.4 Obdavčitev nepremičnin	11
2.4 Ekonomsko okolje	12
2.4.1 Stopnja gospodarske rasti in BDP.....	12
2.4.2 Vloga zunanje trgovine v gospodarstvu.....	13
2.4.3 Valuta in inflacija.....	13
2.4.4 Nezaposlenost in plače.....	14
2.4.5 Vzorci potrošnje.....	14
2.5 Sociokulturno okolje	15
2.5.1 Jezik	15
2.5.2 Hofstederjev petdimenzionalni model proučevanja kulture	15
2.5.3 Poslovna kultura.....	16
2.6 Tehnološko okolje	17
3 ANALIZA OKOLJA DELOVANJA PODJETJA	17
3.1 Analiza nepremičninskega sektorja	18
3.1.1 Cene nepremičnin	18
3.1.2 Višina najemnin	18
3.1.3 Razvitost prometne infrastrukture.....	19
3.1.4 Gostota poseljenosti v mestih	20
3.1.5 Cene parcel.....	20
3.1.6 Najbolj priljubljena območja za nakup nepremičnine	20
3.1.7 Vrsta nastanitve ter lastniška struktura	21
3.1.8 Aktivnost v gradbenem sektorju	23
3.2 Panožna konkurenca.....	24

3.2.1 Umestitev podjetja v panogo.....	24
3.2.2 Število konkurentov v panogi	24
3.2.3 Stopnja rasti panoge	28
3.3 Ocena velikosti trga.....	29
4 DISKUSIJA REZULTATOV RAZISKAVE – UGOTOVITVE IN PRIPOROČILA	30
SKLEP.....	33
LITERATURA IN VIRI.....	35

KAZALO SLIK

Slika 1: Vrednost uvoza montažnih lesenih objektov na Dansko v letih od 2006 do 2010, merjeno v 1000 EUR.....	26
Slika 2: Vrednost uvoza montažnih lesenih objektov na Finsko v letih od 2006 do 2010, merjeno v 1000 EUR.....	27
Slika 3: Vrednost skupnega letnega uvoza montažnih lesenih objektov na Dansko in Finsko v letih od 2006 do 2010, merjeno v 1000 EUR.....	28
Slika 4: Proizvodnja v panogi stavbno mizarstvo in tesarstvo na danskem in finskem trgu, v mio EUR	28

KAZALO TABEL

Tabela 1: Starostna sestava prebivalstva Danske in Finske*	7
Tabela 2: Število mestnega prebivalstva v milijonih in v odstotkih od celotne populacije na Danskem in Finskem, izmerjeno za leti 2005, 2010 ter napoved za leti 2015 in 2020	8
Tabela 3: Gospodinjstva glede na število članov na Danskem in Finskem, izmerjeno za leta 2005, 2006, 2007 in 2008	9
Tabela 4: Struktura potrošniških izdatkov za državi Danska* in Finska v letih 2005, 2008 ter napoved za leti 2015 in 2020.....	15
Tabela 5: Dimenzije kulture po Hofstederju, indeksi za državi Danska in Finska	16
Tabela 6: Naložbe v raziskovalno razvojno dejavnost v odstotku od BDP v izbranih državah, vir financiranja javni in zasebni sektor skupaj.....	17
Tabela 7: Povprečne prodajne cene nepremičnin na Danskem in Finskem glede na lokacijo, merjeno v evrih na kvadratni meter	18
Tabela 8: Povprečne mesečne najemnine približno 100 kvadratnih metrov velikega stanovanja na Danskem in Finskem glede na lokacijo, merjeno v evrih.....	19
Tabela 9: Velikost stanovanjske enote na osebo v različnih evropskih državah, merjeno v kvadratnih metrih, povprečje zadnjih let	21
Tabela 10: Vrsta nastanitve na Danskem in Finskem, v odstotkih	22
Tabela 11: Lastniška struktura stanovanjskih enot na Danskem in Finskem, v odstotkih	23
Tabela 12: Stanovanjska gradnja glede na vrsto stanovanjskega objekta v letih 2008 in 2010, v številu dokončanih enot v letu in v odstotkih.....	23

Tabela 13: Primerjava povprečnih cen stanovanjskih enodružinskih hiš na Danskem in Finskem z Riko Hišami	29
--	----

UVOD

Vedno več držav se zaveda pomena ekološke trajnosti in zato z različnimi ukrepi spodbujajo podjetja in prebivalstvo, da se obnašajo ekološko. Montažna, ekološko čista gradnja, ki obremenjuje okolje manj intenzivno in manj časa, je vsekakor takšna, ki jo države podpirajo in omogočajo lastnikom takšnih objektov najrazličnejše subvencije in ugodna finančna posojila. Upoštevanje načel ekološke gradnje je podjetju Riko Hiše, d.o.o. (v nadaljevanju Riko Hiše) omogočilo prodor na zahtevna tuja tržišča, kjer prodajo največ svojih izdelkov. Hiša, glavni proizvod podjetja Riko Hiše, je trajna dobrina, to je dobrina, ki jo ljudje v največ primerih kupimo le enkrat v življenju. Slovenski trg je zato za podjetje Riko Hiše premajhen, internacionalizacija pa nujen pojav.

Dandanes ni več vprašanje ali naj podjetje posluje globalno, pač pa bi morala biti internacionalizacija del strategije vsakega podjetja. Različni sporazumi med državami podjetjem omogočajo neoviran pretok kapitala, kadrov, izdelkov in storitev, zato je za podjetje izgubljena priložnost, če tega ne izkoristi. Vendar pa je za uspešnost poslovanja podjetja na tujem trgu ključnega pomena dobra preučitev trga, na katerega vstopa.

Predmet diplomskega dela je preučevanje možnosti širjenja podjetja Riko Hiše na danski in finski trg. Lesena gradnja je na danskem in še posebej na finskem trgu precej bolj razširjena kot v Sloveniji. Prav tako sta obe državi tudi zelo ekološko zavedni in takšen način gradnje spodbujata. Zato sta trga Danske in Finske zanimiva z vidika podjetja Riko Hiše.

Namen diplomskega dela je prepoznati značilnosti in specifičnosti danskega in finskega poslovnega okolja ter z jasno, pregledno in uporabno analizo pomagati podjetju Riko Hiše pri odločitvi o vstopu na obravnavana trga.

Cilj diplomskega dela je podrobno analizirati dansko in finsko širše zunanje poslovno okolje in okolje delovanja podjetja. Na podlagi zbranih podatkov iz PEST analize, raziskave nepremičninskega trga in panožne konkurence je cilj podati konkretne predloge podjetju Riko Hiše, na kateri trg naj najprej vstopi oziroma podati lastno oceno, kateri trg je boljši za vstop.

Temeljna hipoteza diplomskega dela je, da sta trga Danske in Finske privlačna za vstop podjetja Riko Hiše, d.o.o., in pomenita priložnost za širjenje poslovanja podjetja, ki je lahko ob zadostnem poznavanju trgov uspešno.

Pristop analiziranja danskega in finskega trga temelji na uporabi teoretskih osnov oziroma modelov raziskovanja in analiziranja trga. Tako teoretični kot empirični del sta osnovana na sekundarnih virih podatkov in zato temeljita na deskriptivni metodi. Zaradi omejenega obsega diplomskega dela je teoretični del v manjšini. Večji del diplomske naloge je namenjen empirični analizi, kjer sem se osredotočila na iskanje podatkov, ki že obstajajo in so bili zbrani za druge namene.

Diplomsko delo je razdeljeno na šest poglavij. V uvodnem poglavju je predstavljeno področje raziskovanja diplomskega dela, namen, cilji, hipoteza ter metodologija dela. Uvodnemu delu sledi predstavitev internacionalizacijske strategije podjetja Riko Hiše.

Osrednji del diplomskega dela je namenjen analizi zunanjega širšega okolja podjetja ter analizi okolja delovanja podjetja. V sklopu analize širšega zunanjega okolja podjetja, ki je predstavljena v drugem poglavju diplomskega dela, sem s pomočjo PEST analize raziskala geografsko, demografsko-fizično, politično-pravno, ekonomsko, sociokulturno in tehnološko okolje držav Danske in Finske. Analizi širšega zunanjega okolja sledi analiza okolja delovanja podjetja, ki je predstavljena v tretjem poglavju. Poglavje je razdeljeno na dve podpoglavji, in sicer sem najprej predstavila analizo nepremičninskega trga na Danskem in Finskem, zatem pa še analizo panoge »stavnbo mizarstvo in tesarstvo«, kjer predstavlja analiza panožne konkurence ključni del podpoglavja.

Zaključni del je namenjen diskusiji rezultatov raziskave, priporočilom in sklepu. V četrtem poglavju sem najprej podala ključne ugotovitve raziskave, nato pa še priporočila podjetju Riko Hiše. Diplomsko delo sem zaključila s sklepnim delom, kjer sem povzela ključne ugotovitve.

1 INTERNACIONALIZACIJSKA STRATEGIJA PODJETJA RIKO HIŠE, D.O.O.

V tem poglavju predstavljam podjetje Riko Hiše, d.o.o., njihov glavni izdelek – Riko hišo, ter internacionalizacijsko strategijo podjetja. V tem poglavju so predstavljeni ključni motivi, ki spodbujajo podjetje v mednarodno poslovanje, opisan pa je tudi najpogostejši način poslovanja podjetja na tujih trgih.

1.1 Predstavitev podjetja

Podjetje Riko Hiše, d.o.o., je del Skupine Riko. Skupina Riko povezuje organizacije, ki delujejo na temelju skupnih vrednot in filozofije ter (Riko Hiše, 2011c):

- združujejo podjetniške iniciative na področju inženiringa (Riko),
- promovirajo oblikovalske blagovne znamke (Starck with Riko),
- uveljavljajo ekološko in energijsko varčno bivanje (Riko Hiše) ter
- podpirajo družbena prizadevanja za življenje, obogateno s kulturo in umetnostjo.

Podjetje Riko Hiše že vse od leta 1997, ko je začelo s proizvodnjo masivnih lesenih elementov za tujega partnerja, nadaljuje bogato dediščino gradnje iz lesa. Ko so dve leti kasneje prevzeli patent za proizvodnjo lesenih masivnih hiš, se je začela perspektivna rast in uspehi podjetja (Riko Hiše, 2011c). Trenutno podjetje Riko Hiše zaposluje 67 ljudi (Riko Hiše, 2011c).

Do danes je podjetje zraslo v mednarodno prepoznavno in uspešno podjetje. Riko objekti so prisotni po vsej Evropi, od Velike Britanije do Rusije. Trenutno jih prodajajo v **15 državah**, v prihodnje pa želijo ta krog držav le še povečati (Riko Hiše, 2011e). Zanima jih tudi vstop na danski in finski trg, še zlasti zato, ker je tam lesena gradnja nekaj običajnega in ljudje pogosto povprašujejo po njej, prav tako pa je tudi kupna moč relativno visoka. Omenjena trga sta zanimiva za podjetje tudi z vidika njihove strategije koncentričnega osvajanja trga, saj so prisotni že povsod po Srednji Evropi (Riko Hiše, 2011c).

Glavna konkurenčna prednost podjetja na slovenskem in tujih trgih je njihova fleksibilnost in izdelava objekta po meri posameznika, saj Riko Hiše ne proizvajajo tipskih hiš kot večina njihovih konkurentov (Riko Hiše, 2011b). V viziji poslovanja podjetja Riko Hiše na globalnem trgu je zapisano, da želi podjetje »utrditi svoje mesto med prepoznavnimi ustvarjalci novih konceptov energijsko varčne lesene gradnje, ki jo dopolnjuje dovršen dizajn« (Riko Hiše, 2011c).

1.2 Predstavitev izdelka

Podjetje Riko Hiše proizvaja in trži **ekološke in nizkoenergijske varčne stavbe iz lesa** (Riko Hiše, 2011c). Vsi Riko objekti so predizdelani v proizvodnih dvoranah v Ribnici po lastnem patentu. Prefabricirana oziroma montažna gradnja obremenjuje okolje manj intenzivno in manj časa. Smreka, ki se največ uporablja, izhaja iz lokalnega pogozdenega bazena, saj tako zmanjšujejo negativne učinke pri transportu. Tudi ostala gradiva poleg lesa, kot so izolacija iz lesenih vlaken, premazi in veziva, so ekološka (Riko Hiše, 2011c).

Vsak Riko objekt načrtujejo skupaj z naročnikom in poskrbijo za celotno pot – od razvoja ideje do postavitve objekta in ureditve fasade. Na tej poti sodelujejo s priznanimi arhitekti, upoštevajoč potrebe in življenjski slog naročnika. Vsak Riko objekt je unikat, saj v podjetju prisegajo na individualno gradnjo po meri naročnika (Riko Hiše, 2011c).

Riko Hiše ne proizvajajo samo družinski hiš, pač pa pod okriljem podjetja nastajajo tudi številni poslovni objekti, športne dvorane, vrtci, šole in druge izobraževalne enote, lokali, hoteli, restavracije ter športni in rekreacijski objekti, zgradili pa so že tudi več naselij individualnih hiš, t.i. Riko »ekosistemov« (Riko Hiše, 2011d). Poleg stanovanjskih in javnih objektov ter stanovanjskih naselij, izdelujejo v podjetju tudi posamezne dele objektov, kot so lesene fasade, leseni stropi in stenski paneli, pa tudi modularne bivalne enote ter prizidke in nadgradnje (Riko Hiše, 2011d).

Najsodobnejša tehnologija konstrukcijskih sistemov omogoča Riko Hišam gradnjo od nizkoenergijskih do plusenergijskih objektov. Sistem gradnje lesenih Riko objektov temelji na dveh različnih sistemih gradnje: **leseni masivni konstrukciji** in **leseni okvirni konstrukciji** (Riko Hiše, 2011b).

1.3 Internacionalizacija podjetja

Cilj tega podpoglavja je predstaviti ključne motive za internacionalizacijo podjetja Riko Hiše, najpogostejši način vstopa podjetja na tuji trg ter na kratko opisati poslovanje podjetja v tujini.

Internationalizacija predstavlja proces vstopa podjetja na tuje trge. Internationalizacija podjetja se prične, ko podjetje s svojimi izdelki/storitvami vstopi na tuji trg, najpogosteje najprej z domačega trga oziroma domicilne države. Tako internacionalizacija kot globalizacija sta danes soodvisno povezani, saj omogoča globalizacija rast internacionalizacije podjetij in obratno (Makovec Brenčič, Lisjak, Pfajfar & Ekar, 2006, str. 17).

Osnovni vzrok poslovanja podjetja (in prav gotovo tudi poslovanja na mednarodnih trgih) je ustvarjanje dobička. Vendar pa ta osnovni vzrok ne more pojasniti vseh motivov, ki vodijo podjetja v mednarodno poslovanje. Te motive najpogosteje razdelimo na t.i. **proaktivne** in **reagibilne** (Makovec Brenčič et al., 2006, str. 21).

Proaktivni motivi predstavljajo vnaprejšnjo vzpodbudo za spremembo strategije podjetja in izvirajo iz lastne motivacije podjetja, da izkoristi posebne sposobnosti in prednosti, ki jih poseduje, prav tako pa tudi možnosti trgov. Reagibilni motivi pomenijo odziv na zunanje pritiske, grožnje domačega in/ali tujih trgov (konkurentov), ki se jim podjetja postopno, pogosto pasivno, prilagajajo. Zato je v današnjem dinamičnem poslovnem okolju pomembno, da so podjetja kar se da proaktivno naravnana, pri čemer seveda ne smejo zanemariti priložnosti, ki nastanejo iz reagibilnih motivov (Makovec Brenčič et al., 2006, str. 22). V Prilogi 1 so prikazani proaktivni in reagibilni motivi ter njihov vpliv na podjetje Riko Hiše.

Podjetje Riko Hiše za mednarodno poslovanje spodbujajo predvsem proaktivni motivi, kot so nagnjenost menedžmenta k mednarodnemu poslovanju, internacionalizacija kot strategija rasti in tržne priložnosti na tujih trgih, prav tako pa ustvarjanje dobička, saj je slovenski trg za njihovo industrijo premajhen. Mednarodno poslovanje v podjetju spodbujajo tudi nekateri reagibilni motivi, saj je podjetje Riko Hiše zaradi majhnosti in zasičenosti slovenskega trga na nek način prisiljeno v internacionalizacijo.

Podjetje Riko Hiše vstopa na tuje trge ob podpori **zastopnikov/zastopstev**. Po definiciji Makovec Brenčič in drugi (2006, str. 56) gre za izvozno obliko vstopa na tuji trg, natančneje neposredni izvoz. Ko govorimo o izvoznih oblikah vstopa na trg, so izdelki/storitve običajno proizvedeni na domačem trgu ali v tretjih državah, nato pa preko posredne, neposredne ali kooperativne oblike izvoza vstopijo na namembni trg.

Najbolj klasična definicija zastopnika je, da posluje v imenu in za račun svojih dajalcev nalog, torej za podjetja, ki ga pooblastijo za izvajanje zastopstva na izbrani lokaciji ali regionalnem območju. Ponudbo predvsem posreduje, lahko pa jo tudi sam sprejme ali zavrne. Za svoje posredovanje je najpogosteje plačan s provizijo, ki se obračuna od realiziranih poslov (Makovec Brenčič et al., 2006, str. 57).

Pogosto razmerje med dajalcem zastopstva in zastopnikom je **ekskluzivni odnos**. To pomeni, da dajalec zastopstva podeli zastopniku monopolno prodajno pravico na izbranem območju za določeno blago. Zastopnik se sočasno zaveže, da bo prodajalec edini vir ponudbe navedenega blaga. Pri tem navadno skleneta posebno, ekskluzivno pogodbo. Pri tem se vse bolj poudarja dolgoročni vidik ekskluzivnega odnosa, pri čemer je treba natančno opredeliti območje, blago, nakupne in prodajne pravice (Makovec Brenčič et al., 2006, str. 57–58).

Podjetje Riko Hiše s svojimi zastopniki posluje na dva načina:

- na **provizijski podlagi** – te zastopnike imenuje »**agenti ali posredniki**«
- za **razliko v ceni** – te zastopnike imenuje »**poslovni partnerji**«

Naloga Rikovih agentov oziroma posrednikov je, da na svojem trgu najdejo potencialnega kupca in ga pripeljejo do podjetja. Za vse realizirane posle dobi agent določeno provizijo, o višini katere se podjetje in agent dogovorita v pogodbi o sodelovanju. Naloga Rikovih agentov oziroma posrednikov je torej izključno izpeljava prodajnega procesa, medtem ko pogodbe z naročniki agenti ne sklepajo. Za prodajo jih podjetje tudi izobrazí. Agenti ne prevzemajo večjih odgovornosti.

Naloge in odgovornosti Rikovih poslovnih partnerjev so obsežnejše, prav tako pa poslovni partnerji dosegajo večje zaslužke kot agenti, saj od podjetja kupujejo izdelke (objekte) in jih za razliko v ceni prodajajo naprej. Poslovni partnerji za razliko od agentov sklepajo pogodbe z naročniki, organizirajo gradbišče ter izpeljejo operativni del projekta.

Razlika med Rikovim agentom in poslovnim partnerjem je tudi v ekskluzivnosti. Agenti navadno prodajajo še druge blagovne znamke, medtem ko se s poslovnimi partnerji v večini primerov podpiše pogodba o ekskluzivnosti. Ta ekskluzivnost pa se ne daje za celotni trg, ampak samo za določena območja. V primeru uspešnega poslovanja, se čez čas začnejo pogajanja o večjem delu trga. V nekaterih državah imajo Riko Hiše tudi več zastopnikov.

Odločitvi podjetja Riko Hiše, da vstopi na tuje trge preko zastopstev, botrujejo različni razlogi. Glavni je ta, da lokalni prodajalci poznajo domači trg ter potrebe in obnašanje kupcev v svoji državi mnogo bolj kot pa nekdo, ki bi ga zaposlili iz Slovenije. Prav tako bi bilo poslovanje na mednarodnih trgih brez pomoči agentov in poslovnih partnerjev zaradi samega procesa nakupa hiše in operativnosti izvedbe gradnje praktično nemogoče.

Kadar v podjetju Riko Hiše izbirajo zastopnika za prodajo njihovih objektov na tujih trgih, skušajo najti takšnega, ki že ima nekaj predznanja in izkušenj s prodajo montažnih lesenih hiš, saj je sicer potrebno vložiti preveč truda in energije v njegovo izobrazbo. Bodoče zastopnike v podjetju največkrat najdejo na sejmih ali pa preko priporočil drugih. Redkeje iščejo preko oglasov v revijah, časopisih in internetu.

2 ANALIZA ŠIRŠEGA ZUNANJEGA OKOLJA PODJETJA

Jaklič (2002, str. 2) deli v splošnem poslovno okolje podjetja na **zunanje** in **notranje**. Zunanje okolje predstavljajo spremenljivke zunaj podjetja, na katere podjetje kratkoročno nima večjega vpliva. Nadalje deli Jaklič (2002, str. 1) zunanje okolje na **širše zunanje okolje** in **okolje delovanja podjetja**. Širše zunanje okolje vključuje splošnejše ekonomske, politično-pravne, tehnološke, kulturne in naravne dejavnike, ki na podjetja vplivajo posredno in dolgoročneje. Okolje delovanja podjetja vključujejo sile, ki na delovanje podjetja vplivajo bolj neposredno in kratkoročno, prihajajo pa s konkretnega trga ali panoge.

Pri analizi okolij lahko uporabimo različne pristope ali načine analize. Širše zunanje okolje podjetja bom analizirala s pomočjo **PEST analize**, ki je predstavljena v tem poglavju. Cilj tega poglavja je iz sekundarnih virov podatkov pridobiti čim bolj koristne in verodostojne informacije, ki bodo služile kot podlaga za odločitev o vstopu na analizirana trga. V naslednjem poglavju bom analizirala še okolje delovanja podjetja, kamor sem vključila analizo nepremičninskega sektorja ter analizo panoge »stavnbo mizarstvo in tesarstvo«, kamor po SKD klasifikaciji uvrščamo podjetja, ki se ukvarjajo z montažno leseno gradnjo.

PEST analiza je sestavljena iz analiz dveh trgov, danskega in finskega. Za obe državi sem proučevala enake kazalce in jih med seboj primerjala. To mi je pomagalo pri zaključni odločitvi o tem, kateri trg je bolj primeren za vstop podjetja Riko Hiše.

2.1 Geografsko okolje

Geografsko okolje je za podjetja, ki se ukvarjajo z gradnjo objektov, izredno pomembno. Relief in podnebje močno vplivata na to, kako se bo določena vrsta gradnje uveljavila v različnih delih sveta. Oba dejavnika geografskega okolja namreč vplivata na razpoložljivost materialov za gradnjo, njihovo ceno in izvedljivost določene vrste gradnje, saj višina temperature, ki je potrebna za sušenje betona, vrsta prsti, nadmorska višina in podobni dejavniki določajo vrsto gradnje v različnih delih sveta. V nadaljevanju predstavljam relief in podnebje Danske in Finske.

2.1.1 Relief

Danska je izrazito položna dežela, saj prevladuje ravno in valovito površje. Gozdovi prekrivajo le 10 % površja. Naravno rastje je listnati gozd, na vzhodu zlasti bukev, na zahodu pa hrast, breza in bukev, ki so ga ogromno že izkrčili (CIA, 2011a).

Prav tako je tudi večina Finske dokaj ravna. Malce več kot četrtina države leži v polarnem krogu. Na tem območju je bolj hribovita. Gozdovi prekrivajo kar 75 % finskega ozemlja. Na splošno ima Finska največ gozdnate površine od vseh evropskih držav. Največ je borovcev, smrek, brez, macesnov in jelše (Veleposlaništvo Finske, 2011; CIA, 2011b).

2.1.2 Podnebje

Podnebje na Danskem je oceansko z milimi zimami in zmerno toplimi poletji. Na Zahodu so poletja hladnejša in zime manj mrzle ter z več padavinami. Proti vzhodu je manj padavin in poletja so toplejša (CIA, 2011a). Povprečna temperatura na Danskem znaša v poletnih mesecih 17°C, v zimskih mesecih pa 0°C (Weather Online, 2011).

Finska ima zaradi zemljepisne lege celinsko podnebje. Zime so ponavadi zelo mrzle, poletja pa topla (Veleposlaništvo Finske, 2011). Povprečna letna temperatura na Finskem v poletnih mesecih znaša med 13 in 17°C, v zimskih mesecih pa od – 22 do – 3°C (Weather Online, 2011).

2.2 Demografsko-fizično okolje

Ljudje so tisti, ki bodo kupovali in uporabljali Riko Hiše. Zato je potrebno prebivalstvo najprej analizirati. V sklopu analize demografsko-fizičnega okolja sem analizirala starostno sestavo prebivalstva, strukturo gospodinjstev, etnično ter versko pripadnost in stopnjo urbanizacije. Predvsem analizi strukture gospodinjstev in stopnje urbanizacije sta mi pri postavljanju sklepov v zaključnem delu diplomskega dela zelo koristili.

2.2.1 Velikost države, starostna sestava in rast prebivalstva

Danska meri 43. 075 kvadratnih kilometrov in ima trenutno 5,5 milijona prebivalcev. Mnogo večja Finska, ki meri 337. 748 kvadratnih kilometrov, šteje le 5,3 milijona prebivalcev (CIA, 2011a; CIA, 2011b).

V zadnjih petnajstih letih se je število ljudi na Danskem povečalo za 4,7 %, na Finskem pa je stopnja rasti bolj stabilna, saj se je število ljudi v zadnjih petnajstih letih povečalo le za 1,5 % (Euromonitor, 2011).

Iz Tabele 1 je razvidno, da največji del tako danskega kot finskega prebivalstva predstavljajo ljudje, stari od 15 do 64 let, odstotek starostnega razreda od 0 do 14 let ter 65 let in več pa je pri obeh državah zelo podoben (Denmark, Country profile, 2011; Finland, Country profile, 2011).

*Tabela 1: Starostna sestava prebivalstva Danske in Finske**

Starostni razred	Odstotek prebivalstva v %	
	Danska	Finska
0–14 let	17,6	16
15–64 let	65,3	66,1
65 let in več	17,1	17,8

Legenda:* Podatki so ocena za leto 2011

Vir: Denmark, Country profile, 2011; Finland, Country profile, 2011.

V obeh državah je prisotno povečevanje povprečne starosti prebivalstva v zadnjih letih, prav takšna pa je tudi napoved za prihodnja leta. Leta 2008 je bila povprečna starost na Danskem 40,27, na Finskem pa 41,5 (Euromonitor, 2011).

2.2.2 Stopnja urbanizacije

Iz Tabele 2 vidimo, da je na Danskem v letu 2010 živel 4,8 milijona ljudi oziroma 87,7 % populacije v mestih (Euromonitor, 2011). Do leta 2015 je napovedana rast mestnega prebivalstva po povprečni letni stopnji 0,4 % (Denmark, Country Profile, 2011).

Na Finskem je v letu 2010 živel v mestih 3,4 milijona ljudi, kar predstavlja 62 % populacije (Euromonitor, 2011), stopnja urbaniziranosti pa se bo po ocenah analitikov vsako leto do leta 2015 povečevala po povprečni letni stopnji 0,6 % (CIA, 2011b).

Tabela 2: Število mestnega prebivalstva v milijonih in v odstotkih od celotne populacije na Danskem in Finskem, izmerjeno za leti 2005, 2010 ter napoved za leti 2015 in 2020

V mio	2005		2010		2015		2020	
	V mio	V %	V mio	V %	V mio	V %	V mio	V %
Danska	4,646	84,5	4,826	87,7	4,957	90,12	5,080	92,36
Finska	3,257	61,45	3,355	63,30	3,434	64,8	3,496	65,9

Vir: Euromonitor, 2011.

2.2.3 Velikost in struktura gospodinjstev

Tabela 3 prikazuje, da v obeh državah predstavljajo največji delež enočlanska in dvočlanska gospodinjstva. Na Danskem je v letu 2008 bilo 38,90 % gospodinjstev enočlanskih in 32,94 % dvočlanskih. Na Finskem je bilo v istem letu izmerjenih 38,93 % enočlanskih gospodinjstev in 34,45 % dvočlanskih. Veččlanska gospodinjstva v obeh državah so v manjšini (Euromonitor, 2011).

Tabela 3: Gospodinjstva glede na število članov na Danskem in Finskem, izmerjeno za leta 2005, 2006, 2007 in 2008

	Danska				Finska			
	2005		2008		2005		2008	
	V 1000	V %	V 1000	V %	V 1000	V %	V 1000	V %
1-članska	949	37,98	991	38,90	931	38,32	976	38,93
2-članska	829	33,17	839	32,94	808	33,26	864	34,45
3-članska	296	11,85	290	11,39	304	12,52	296	11,80
4-članska	289	11,56	291	11,43	246	10,13	239	9,52
5-članska	100	4,00	101	3,97	99	4,08	95	3,78
6- in veččlanska	36	1,44	35	1,37	41	1,69	38	1,52
SKUPAJ	2,499	100	2,547	100	2,430	100	2,507	100

Vir: Euromonitor, 2011.

2.2.4 Etnična ter verska pripadnost

Poleg DANCEV živi na Danskem tudi nekaj Švedov, Norvežanov, Nemcev, Turkov, pa tudi nekaj Iračanov in Somalcev. 95 % prebivalcev je evangeličanskih luteranov, 3 % protestantov in rimokatolikov ter 2 % muslimanov (Danska, Podatki o državah, 2011).

Preko 93 % prebivalstva na Finskem je Fincev, ostali pa so pretežno Švedi, Rusi ter Estonci. 82,5 % prebivalcev pripada Finski luteranski cerkvi (Finska, Podatki o državah, 2011).

2.3 Politično-pravno okolje

Poznavanje in prilagajanje politično-pravnemu okolju države je ključno za uspešnost poslovanja podjetja, še posebej če gre za poslovanje podjetja na tujem trgu. Države navadno v skladu s svojo strategijo in politiko postavljajo različne omejitve, katerim mora podjetje prilagoditi svoje poslovanje, če želi na trgu obstati. Preučitev politično-pravnega okolja je ključnega pomena pred vstopom podjetja na tuji trg, prav tako pa mora podjetje tudi v času svojega poslovanja na tujem trgu nenehno spremljati dogajanje v politiki in pravu ter se na spremembe hitro odzivati.

2.3.1 Politični sistem

Kraljevina Danska je ustavna monarhija, administrativno pa je razdeljena na 5 regij. Izvršilno vejo oblasti predstavlja kraljica Margrethe II. Zakonodajno vejo oblasti predstavlja enodomni ljudski parlament (Folketing). Na parlamentarnih volitvah novembra 2007 je dobila večino Liberalna stranka, ki je skupaj s Konservativno ljudsko stranko na oblasti že od leta 2001 (Danska, Podatki o državah, 2011).

Finska je parlamentarna republika, razdeljena na šest administrativnih provinc. Izvršilno oblast predstavljata predsednica države in predsednik vlade. Zakonodajno oblast predstavlja enodomni

parlament (Eduskunta). Izvršni organ je Državni svet (vlada), ki ga imenuje predsednik države. Aprila 2011 je na parlamentarnih volitvah zmagala konservativna Stranka nacionalne koalicije (Finska, Podatki o državah, 2011).

Danska vlada je osredotočena predvsem na vprašanja glede porabe energije in investicije v zelene tehnologije (Energy Styrelsen, 2009). Vizija danske vlade je postati laboratorij zelene tehnologije (angl. *green technology laboratory*), zato bodo v letih od 2010 do 2013 investirali ogromno denarja v zagotavljanje programa Green Labs. Program Green Labs vključuje projekte, ki so osnovani na učinkoviti rabi energije ter na uporabi tehnologij obnovljivih virov energije (Green Labs DK, 2010).

Tudi na Finskem se pomembna vprašanja, ki se jih bo morala lotiti nova vlada, dotikajo področij energetike in okoljske politike (Finska, Podatki o državah, 2011). Finski zakon o gradnji in rabi zemljišč (angl. *The Finnish Land Use and Building Act*) iz leta 2000 se je izkazal kot pomemben instrument pri spodbujanju ekološke trajnosti (angl. *ecological sustainability*) in energetske učinkovitosti. V sklopu tega zakona je Finska predstavila program za ekološko trajnost pri gradnji (angl. *ecological sustainability in building*), izdelali pa so tudi posebne merilce za določanje in opis lastnosti stavb (Finland, Environment – housing, 2011).

2.3.2 Strogi standardi energetske učinkovitosti stavb

Evropska unija je 16. decembra 2002 sprejela Direktivo EU o energetske učinkovitosti stavb, ki sta jo morali sprejeti tudi Danska in Finska. V obeh državah je bila direktiva implementirana s pomočjo novih gradbenih predpisov in uvedbo energetske izkaznice (Dyrbol & Aggerholm, b.l.; Haakana, 2011).

Ukrepi za bolj varčno porabo energije na Danskem so še posebej usmerjeni v gradnjo stavb in njihovo energetsko učinkovitost. Zaostritve na področju energetske učinkovitosti se bodo v bodoče le še stopnjevale. Že letos (2011) bo potrebno zmanjšati porabo energije za 10 % glede na leto 2006. Podobne zaostritve pričakujejo tudi v letih 2015 in 2020. Ukrepi, sprejeti v letu 2010, vključujejo tudi zahtevo po energetske učinkovitosti obstoječih zgradb in energetsko učinkovitih gradbenih materialih (Odyssee & Mure, 2011).

Ravno tako ostri so tudi ukrepi na Finskem. Oktobra 2008 je finska vlada predstavila novo dolgoročno strategijo o energetske učinkovitosti stavb (Finland, Environment – land use and building, 2011). Strategija vključuje usmeritve, cilje in ukrepe na področju energetske politike in določa dovoljeno mejo porabe energije, kar se na Finskem pred tem še ni zgodilo (Junnonen & Lindstedt, b.l.). Prav tako morajo izbrani materiali pri gradnji zagotavljati vse predpisane zahteve glede požarne varnosti, energetske učinkovitosti, debeline izolacije in ekološke gradnje (Finland, Environment – land use and building, 2011).

2.3.3 Proces nakupa nepremičnine na Danskem in Finskem trgu

V tem delu bom analizirala nepremičninski trg zgolj z vidika pravnih omejitev in zakonov s področja trgovanja z nepremičninami. Cene, povpraševanje, najbolj priljubljene lokacije in podobno pa bom analizirala v poglavju Analiza okolja delovanja podjetja – Analiza nepremičninskega sektorja.

Kljub temu da je danski trg precej odprt, proces nakupa nepremičnine ni tako preprost. Nerezidenti ne morejo kupiti nepremičnine, če (Global property guide, 2011a)

- na Danskem ne prebivajo vsaj 5 let,
- niso državljani Evropske Unije (v nadaljevanju EU), zaposleni na Danskem,
- nimajo veljavnega potrdila za bivanjem na Danskem, če so rezidenti držav izven EU.

K temu sodi še nekaj dodatnih pravil za nakup počitniške rezidence na Danskem s strani tujcev. Že od leta 1959 velja na Danskem zakon, ki onemogoča nakup nepremičnin tujcem, če ne živijo v državi vsaj pet let in v njej ne plačujejo davkov. Od leta 1973, ko se je Danska pridružila EU, je bil ta »neevropski« zakon vseskozi jabolko spora, vendar je ostal v veljavi tudi po sprejetju maastrihtske pogodbe leta 1992. Ko so za nemške državljane kupovali ta zemljišča njihovi danski sorodniki, je dansko sodišče temu naredilo konec in 20 nemških državljanov obsodilo zaradi nelegalnih nakupov nepremičnin. V šestih mesecih so morali prodati zemljišča in oditi (Horvat, 2011). Ti zakoni so znani kot »anti-nemški zakoni«, saj so bili ustvarjeni z namenom, da preprečijo prenasičenost nemških državljanov (Global property guide, 2011a).

Nasprotno je Finska leta 2000 umaknila zahteve, da morajo nerezidenti pridobiti posebno dovoljenje za nakup nepremičnine na Finskem in s tem postavila tujce pri nakupu nepremičnine na povsem enak položaj kot domačine. Kljub temu veljajo določena pravila glede nakupa nepremičnine s strani nerezidentov v provinci Aland, finskem arhipelagu. Če želijo tujci kupiti nepremičnino na tem območju, morajo prositi za dovoljenje. Proces nakupa nepremičnine s strani tujcev je na Finskem precej milejši in prizanesljivejši do tujcev kot na Danskem (Global property guide, 2011b).

2.3.4 Obdavčitev nepremičnin

Na Danskem največji delež občinskih prihodkov predstavljajo davčni prihodki. Vlada določi davčno stopnjo na ravni okrožij, občine pa jo določijo za svojo raven (Muller, 2005, str. 1). Poznamo občinski davek na nepremičnine (angl. *the municipal real estate tax rate*) in nacionalni davek na nepremičnine. Povprečna višina občinskega in državnega davka skupaj znaša na Danskem približno 2,4 % od vrednosti nepremičnine (Global property guide, 2011a). Zavezanci za plačilo davka na premoženjsko vrednost za stanovanja in počitniške hiše so fizične osebe (CFE – Real estate tax in Denmark, 2011).

Tudi na Finskem občine obdavčujejo tako dohodke kot nepremičnine na svojem območju in tako davki predstavljajo glavni vir financiranja lokalnih skupnosti. Davčni zavezanci za davek na nepremičnine so pravne in fizične osebe, ki so imele na začetku koledarskega leta v lasti obdavčljive nepremičnine (Rode, 2002, str. 135–136). Nepremičnine, ki predstavljajo za davčnega zavezanca stalno bivališče, se obdavčujejo po davčni stopnji od 0,22 % in 0,5 % (Almy, 2001, str. 77).

Na Finskem so prihodki od kapitala, kamor so vključeni tudi prihodki od najemnin ter dobički od prodaje nepremičnin, obdavčeni z 28% davčno stopnjo. Prihodki od kapitala, ki ne presegajo 1.000 EUR letno, so oproščeni davka. Na Danskem pa so prihodki od najemnin obdavčeni po progresivni stopnji od 5,48 % do največ 15 %, dobički od prodaje nepremičnin pa so obdavčeni z davčno stopnjo 32 % od vrednosti nepremičnine (Global property guide, 2011a; Global property guide, 2011b). V primerjavi z ostalimi evropskimi državami so prihodki od kapitala na Danskem in Finskem med najvišje obdavčeni. Večjo davčno stopnjo od Danske ima le Francija, medtem ko je Finska na sedmem mestu po višini davka na kapitalski dobiček v primerjavi z ostalimi evropskimi državami.

2.4 Ekonomsko okolje

Stopnja gospodarske razvitosti države in kupna moč njenega prebivalstva je nedvomno dejavnik, ki močno vpliva na to, ali bo podjetje Riko Hiše v neki državi poslovalo uspešno. Potencialni trgi podjetja Riko Hiše so predvsem visoko razvite države z visoko kupno močjo prebivalstva, saj spadajo objekti podjetja Riko Hiše zaradi uporabljenih ekoloških materialov, arhitekturne dovršenosti in montažne gradnje v višji cenovni razred. V sklopu ekonomskega okolja sem zato analizirala stopnjo gospodarske razvitosti Danske in Finske, vlogo zunanje trgovine v gospodarstvu, valuto in inflacijo, nezaposlenost in plače ter vzorce potrošnje.

2.4.1 Stopnja gospodarske rasti in BDP

Danska je ena najbogatejših evropskih držav. Bruto domači proizvod (v nadaljevanju BDP) na prebivalca je v letu 2010 znašal 42.074 evrov. Prav tako je visoko razvito tudi finsko gospodarstvo. Na Finskem je BDP na prebivalca v letu 2010 znašal 33.592 evrov (CIA, 2011a; CIA, 2011b). Danska je po višini BDP na prebivalca med vsemi evropskimi državami na četrtem mestu, pred njo so le še Luksemburg, Norveška in Švica. Finska pa se po višini BDP na prebivalca na enaki lestvici uvršča na deveto mesto.

Po dveh letih zaporednega padca BDP na Danskem je zasebna potrošnja v letu 2010 ponovno doživela 2,1% rast (CIA, 2011a; CIA, 2011b). Po predvidevanjih analitikov naj bi se rast nadaljevala tudi v naslednjih letih in se vse do leta 2013 gibala v območju od 1,6 % do 1,9 % letno (Slovenska tiskovna agencija, 2011). Prav tako je strm padec BDP v času gospodarske krize doživela tudi Finska. Oživljanje gospodarstva je bilo močno, saj se je BDP v letu 2010 povečal za 3,1 %, na kar sta vplivala tako domače povpraševanje kot tudi ponovna rast izvoza

(Slovenska tiskovna agencija, 2010). Za letos (2011) analitiki napovedujejo 3,5 % rast. V letu 2012 naj bi rast dosegala 1,8 %, v letu 2013 pa 2 %.

Javna potrošnja na Danskem je v letu 2010 dosegla 1,7% rast, v letu 2011 naj bi dosegla 0,2% rast, kar bo najmanj v zadnjih sedmih letih. Potem naj bi se do leta 2013 ustalila pri 0,5% rasti (Danska, Podatki o državah, 2011a). Javna potrošnja na Finskem je v letu 2010 zrasla za 0,4 %, za leto 2011 pa je napovedana minimalna 0,1% rast (Finska, Podatki o državah, 2011b).

Investicijska potrošnja se je v letu 2010 na Danskem zmanjšala za 4,1 %, za letos (2011) pričakujejo 2,1% rast investicij in za leto 2013 3,5 % rast (Danska, Podatki o državah, 2011a). Rast investicij na Finskem se je v letu 2010 povečala le za 0,1 %, a je že za letošnje leto napovedana 5% rast, v letu 2012 napovedujejo 3% rast ter v letu 2013 4% rast (Finska, Podatki o državah, 2011b).

Pariteta kupne moči na Danskem znaša 139,6 milijarde EUR, kar je za skoraj 5 milijard manj kot v času pred krizo, vendar kljub temu skoraj 3 milijarde več kot leta 2009, kar pomeni, da kupna moč prebivalstva ponovno raste. Če pariteto kupne moči danskega prebivalstva primerjamo z ostalimi svetovnimi državami, se Danska uvršča na 53. mesto (CIA, 2011a).

Pariteta kupne moči na Finskem znaša 128,8 milijarde EUR, kar je skoraj 7 milijarde manj kot v času pred krizo (leta 2008), vendar kljub temu 4 milijarde več kot leta 2009. Če pariteto kupne moči finskega prebivalstva primerjamo z ostalimi svetovnimi državami, se Finska uvršča na 56. mesto (CIA, 2011b).

2.4.2 Vloga zunanje trgovine v gospodarstvu

Danska ima zelo odprto gospodarstvo. V letu 2010 je uvozila za 65,7 mlrd EUR, izvozila pa za 72,5 mlrd EUR blaga. Presežek na tekočem računu je v letu 2010 znašal 12,4 mlrd EUR, kar predstavlja 5,3 % BDP (Danska, Podatki o državah, 2011a). Prav tako je tudi Finska na tekočem računu v letu 2010 beležila presežek 6,5 mlrd EUR, kar znaša 3,6 % BDP. Finska je v letu 2010 izvozila za 59,2 mlrd EUR blaga, uvozila pa za 56,1 mlrd EUR. Presežek v trgovinski bilanci je znašal 3,1 mlrd EUR (Finska, Podatki o državah, 2011b).

2.4.3 Valuta in inflacija

Kljub temu da je Danska članica Evropske Unije, se je odločila za ohranitev lastne valute, danske krone (DKK). Finska valuta je že od leta 2002 Evro (Evro, 2011).

Stopnja inflacije je na Danskem v letu 2010 znašala 2,6 %. V letošnjem letu naj bi dosegla 2,4 %, nakar naj bi v naslednjih dveh letih upadla do 2 % (Danska, Podatki o državah, 2011a; CIA, 2011a).

V letu 2010 je imela Finska 1,7% stopnjo inflacije. Analitiki napovedujejo 2,9% stopnjo inflacije v letu 2011, v letih 2012 in 2013 pa 2,3% (Finska, Podatki o državah, 2011b).

2.4.4 Nezaposlenost in plače

Danska ima zelo prožen trg dela in konkurenčno raven plač. Število zaposlenih oseb na Danskem je bilo v letu 2010 ocenjeno na 2,84 milijona, medtem ko je v istem letu bila na Finskem delovna sila ocenjena na 2,68 milijonov (CIA, 2011a; CIA, 2011b).

Stopnja brezposelnosti se je na Danskem v zadnjih letih povečala in je v letu 2010 znašala 4,2 % (CIA, 2011a). Nezaposlenost na Finskem je v letu 2010 znašala 8,4 % (Euromonitor, 2011).

Na Danskem ni zakonodaje, ki bi urejala višino minimalnih plač in višino rednega delovnega časa. Oboje je stvar dogovora med delavci in delodajalcem. Po mednarodnih standardih so danske plače visoke. Plače zaposlenih so na istem nivoju, kot plače v ostalih skandinavskih državah (CIA, 2011a). Povprečna letna bruto plača na Danskem je v letu 2010 znašala 374.625,00 danskih kron, kar je 50.293,88 evrov (OECD, 2011), povprečna neto plača pa 25.151,75 (Eurostat, 2011).

Za razliko pa je minimalna plača na Finskem določena z zakonom in ne sme biti manjša od socialne podpore, ki jo prejme nezaposlena oseba, kar je v letu 2009 znašalo 1.025,20 evrov na mesec (Euromonitor, 2011). Na Finskem je povprečna letna bruto plača v letu 2009 znašala 36.148 evrov (Euromonitor, 2011).

2.4.5 Vzorci potrošnje

Razumeti vzorce potrošnje pomeni razumeti človeško obnašanje. Za našo analizo je struktura izdatkov zelo pomembna, saj lahko na podlagi preteklosti in napovedi za prihodnost vidimo, kakšno je razmerje med izdatki za različne dobrine. Iz analize strukture izdatkov je razvidno, po čem povprašuje dansko in finsko prebivalstvo ter za kaj porabijo največ denarja.

Tako na Danskem kot na Finskem največje izdatke predstavljajo stroški bivanja in namestitve (angl. *housing*). V letu 2008 so ti izdatki znašali 29,51 evrov, kar predstavlja dobrih 26 % vseh izdatkov (Euromonitor, 2011).

Tudi na Finskem porabijo gospodinjstva največ denarja za stroške bivanja in namestitve, v letu 2008 je bilo več kot 25 % celotnih izdatkov namenjenih za stroške bivanja in namestitve (Euromonitor, 2011).

V spodnji tabeli je prikazana struktura potrošniških izdatkov za leti 2005 in 2008, ter napoved za leti 2015 in 2020.

Tabela 4: Struktura potrošniških izdatkov za državi Danska* in Finska v letih 2005, 2008 ter napoved za leti 2015 in 2020

V mio €	Danska				Finska			
	2005	2008	2015	2020	2005	2008	2015	2020
Hrana in brezalkoholne pijače	11,83	11,92	11,09	10,61	10,481	11,057	11,539	12,083
Alkoholne pijače in tobak	3,96	3,87	3,57	3,37	4,227	4,439	4,775	5,089
Oblačila in obutev	5,05	5,16	4,82	4,55	4,068	4,418	5,156	5,848
Stroški bivanja in namestitve	27,96	29,51	29,50	32,72	21,326	23,227	27,480	31,412
Izdelki in storitve v gospodinjstvu	6,35	6,82	7,09	7,21	4,602	5,291	6,214	7,088
Zdravstvene storitve in zdravila	2,73	2,87	2,91	2,90	3,552	4,022	5,005	5,944
Transport	14,67	16,39	18,35	18,42	10,829	11,867	13,395	14,827
Komunikacije	2,22	2,51	2,91	3,21	2,372	2,512	3,126	3,707
Prosti čas in rekreacija	11,25	11,91	12,54	12,91	9,581	10,488	11,842	13,124
Izobraževanje	0,78	0,82	0,89	0,91	379	411	482	549
Hoteli in catering storitve	5,49	5,99	6,55	6,91	5,436	5,880	6,521	7,121
Ostale dobrine in storitve	16,18	14,90	16,18	16,98	7,436	7,912	9,240	10,741
Skupaj	105,87	112,69	117,75	120,67	84,288	91,523	104,776	117,534

Legenda: * Danske krone so prevedene v evre s pomočjo valutnega pretvornika CoilMill.com na dan 15. 8. 2011

Vir: Eurostat, 2011; Euromonitor, 2011.

2.5 Sociokulturno okolje

Značilnosti danske in finske družbe so predstavljene v tem poglavju. Najbolj zanimiv in uporaben način proučevanja kulture se mi zdi Hofstederjev petdimenzionalni model, ki je poleg jezika in poslovne kulture predstavljen v nadaljevanju. Sicer sem pa mnenja, da podjetje ne more uspešno poslovati na trgu, katerega kulture ne pozna oziroma se ne želi prilagoditi lokalni kulturi.

2.5.1 Jezik

Na Danskem je uradni jezik danščina. Finska ima uradno status dvojezične države. Uradna jezika sta finski in švedski. Oboji posvečajo tudi veliko pozornosti učenju tujih jezikov (CIA, 2011b; CIA, 2011a).

2.5.2 Hofstederjev petdimenzionalni model proučevanja kulture

Hofstederjev petdimezionalni model proučevanja kulture, ki je eden izmed bolj znanih del na področju raziskovanja kulturoloških razlik, vključuje naslednje dimenzije (Hollensen, 2004, str. 205, 206):

- **Odmik moči**, ki temelji na stopnji neenakosti med ljudmi v fizičnem in izobrazbenem smislu. Medtem ko nizka stopnja odmika moči pomeni široko razpršenost moči in odločanja med ljudmi, visoka stopnja pomeni, da sta moč in odločanje v rokah nekaj posameznikov.
- **Izogib negotovosti** predstavlja stopnjo sprejemanja formalnih pravil in okvirov življenja v neki družbi ter stopnjo sprejemanja tveganj.
- **Individualizem/kolektivizem** je dimenzija, ki opredeljuje, ali v določenem narodu raje delujejo kot pripadniki skupin ali kot posamezniki.
- **Moškost/ženskost** izraža, katere vrednote prevladajo v družbi.
- **Časovni horizont** oziroma dolgoročnost, ki temelji na vrednotenju vztrajnosti in izbiri odnosov glede na status v družbi, in kratkoročnost, ki je naravna na osebno stabilnost, sta elementa časovnega horizonta.

V Tabeli 7 so predstavljene dimenzije danske in finske kulture po Hofstederju, merjene na lestvici od 0 do 100.

Tabela 5: Dimenzije kulture po Hofstederju, indeksi za državi Danska in Finska

0-100	Odmik moči	Izogib negotovosti	Individualizem	Moškost/ženskost	Časovni horizont
Danska	18	23	74	16	Ni podatka
Finska	33	59	63	26	Ni podatka

Vir: Itim International, Geert Hofstede cultural dimension, An international consulting organization utilizing, 2011.

Danska ima nižjo stopnjo odmika moči kot Finska, kar pomeni, da sta moč in odločanje na Danskem nekoliko bolj široko razpršena med ljudmi kot pa na Finskem. Sicer pa ne moremo za nobeno državo trditi, da je oblast v rokah le nekaj posameznikov, saj sta obe državi nizko na lestvici.

Indeks izogiba negotovosti je pri Danskem zelo nizek, kar pomeni, da so Danci v veliki meri pripravljeni sprejemati izzive in negotovost prihodnosti. Za Fince tega ne morem trditi, saj je indeks negotovosti pri njih mnogo višji.

Nasprotno pa je indeks individualizma za Dansko višji kot za Finsko, kar pomeni, da so Danci bolj individualistično usmerjeni kot Finci. Sicer sta pa oba indeksa precej visoka, kar pomeni, da so oboji, tako Danci kot Finci, individualistično usmerjeni.

Danci na prva mesta postavljajo ženske vrednote: kakovost življenja, dobri medsebojni odnosi, skrb za šibkejši, ohranjanje okolja, solidarnost. Enako postavljajo ženske vrednote na prva mesta tudi Finci, vendar je to pri Dancih nekoliko bolj izrazito, saj je indeks pri njih nižji.

2.5.3 Poslovna kultura

Dansko delovno okolje je demokratično in odprto, z značilno kratko komunikacijo med menedžmentom in zaposlenimi. Bolj kot na procese so Danci orientirani na rezultate.

Individualna iniciativa in dosežki so visoko cenjeni. Danci so prilagodljivi in enako funkcionirajo v skupinah in posamezno. Pred zaključkom posla si vzamejo veliko časa za preračunavanje različnih vrst stroškov, izvedbenih rokov in možnih dobaviteljev (Danska, Podatki o državah, 2011a).

V pogajanjih dajejo Finci prednost skromnosti, verodostojnosti in tehnični natančnosti pred »prodajnim govorom«. Predstavitve naj bodo čim bolj izčrpne, naj vsebuje veliko dejstev, podatkov, grafikonov, saj Finci redko postavljajo vprašanja. Finci običajno govorijo neposredno in jasno. So tudi zelo točni in se držijo programa, to pa pričakujejo tudi od drugih (Finska, Podatki o državah, 2011b; Finland, Kwintessential – language, culture, customs and etiquette, 2011).

2.6 Tehnološko okolje

V Tabeli 8 so prikazane naložbe v raziskovalno razvojno dejavnost na Danskem in Finskem glede na odstotek od njunega BDP. Opazimo lahko trend povečevanja teh izdatkov. Leta 2008 so naložbe v raziskave in razvoj predstavljale na Danskem 2,72 % od BDP, na Finskem pa 3,73 % od BDP, kar je pri obeh državah precej več od povprečja EU 27.

Tabela 6: Naložbe v raziskovalno razvojno dejavnost v odstotku od BDP v izbranih državah, vir financiranja javni in zasebni sektor skupaj

	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2008
Danska	1,92	2,18	2,39	2,58	2,46	2,55	2,72
Finska	2,70	3,16	3,30	3,43	3,48	3,48	3,73
EU 27	1,66	1,72	1,75	1,75	1,74	1,77	1,81

Vir: Finnish science and technology information service – R&D expenditure, 2011.

V sklopu montažne gradnje je za inovacije in tehnološki napredek ogromno prostora. V zadnjem času so začela podjetja izkoriščati prednosti 3D oblikovanja. Vizualizacija 3D omogoča fotorealistični predogled ter možnost kakovostnega trženja novogradenj, ko so te še na mizah projektantov. Predvsem pri interieru, bivanjskih ter poslovnih objektih in dražjih investicijah strankam veliko pomeni, da imajo možnost kakovostnega in celovitega predogleda projektov, ki jih zanimajo (Adeo, 2011).

3 ANALIZA OKOLJA DELOVANJA PODJETJA

Po opravljeni PEST analizi, kjer sem analizirala glavne makroekonomske kazalce zunanjega širšega okolja podjetja, se bom v tem poglavju lotila analize okolja delovanja podjetja. Najprej bom analizirala danski in finski nepremičninski sektor, v nadaljevanju pa bom opredelila in analizirala panogo »stavnbo mizarstvo in tesarstvo«, v kateri delujejo podjetja, ki proizvajajo montažne lesene objekte.

3.1 Analiza nepremičninskega sektorja

Večina ljudi je pri izbiri vrste stanovanjske namestitve finančno omejena in želi svoja razpoložljiva sredstva čim bolj racionalno porabiti. Kadar se odločajo o vrsti stanovanjske namestitve, dobro premislijo in pretehtajo vse možnosti, ki se jim ponujajo na trgu. Če bodo na primer cene nepremičnin na obrobjih mest in podeželju v primerjavi z mesti nižje, razvita infrastruktura pa bo omogočala dobre in poceni transportne povezave med mesti in podeželjem, lahko sklepamo, da si bodo ljudje začeli urejati svoje domove izven mest. To bi vsekakor pozitivno vplivalo na prodajo Rikovih objektov, saj bi na podeželju začeli nastajati novi stanovanjski in tudi javni objekti. V sklopu analize nepremičninskega trga sem zato analizirala cene nepremičnin, višino mesečnih najemnin, razvitost prometne infrastrukture, gostoto poseljenosti v mestih, cene zemljišč, najbolj priljubljena območja za nakup nepremičnine, najpogostejšo obliko nastanitve in lastniško strukturo ter splošno aktivnost v gradbenem sektorju.

3.1.1 Cene nepremičnin

Cene nepremičnin in najemnin se med različnimi deli države razlikujejo. Kot prikazuje Tabela 9, so cene nepremičnin najvišje v središčih in najbolj priljubljenih delih glavnih mest, ki se zmanjšujejo z oddaljevanjem iz mesta. Nepremičnine in najemnine so najcenejše na podeželju. Povprečne cene nepremičnin v državi so na Danskem višje kot na Finskem, vendar pa so cene nepremičnin v Helsinkih višje od cen nepremičnin v Kopenhagnu.

Tabela 7: Povprečne prodajne cene nepremičnin na Danskem in Finskem glede na lokacijo, merjeno v evrih na kvadratni meter

	Povprečje v državi		Povprečje v okolici glavnega mesta		Povprečje v centru mesta	
	Danska	Finska	Kopenhagen z okolico	Helsinki z okolico	Kopenhagen center	Helsinki Center
Povprečne cene nepremičnin, 1 m ²						
Stanovanjska hiša	1.735	1.474	2.646	3.200*	4.400	3.200*
Stanovanje	2.522	2.242	2.927	3.705	3.983	6.095

Legenda: * Gre za povprečno ceno vrstne hiše v območju Širši Helsinki (angl. *Greater Helsinki*).

Vir: Statistics Finland, 2011; Global property guide, 2011a; Global property guide, 2011b.

3.1.2 Višina najemnin

Tako na Danskem kot na Finskem imajo prebivalci dve možnosti najema stanovanja. Prva oblika je privatni najem (angl. *private renting*), v obeh državah pa obstajajo tudi socialna stanovanja (angl. *social housing*), ki so v lasti občine, države ali stanovanjskih neprofitnih centrov. Te najemnine so v povprečju nižje od privatnih najemnin.

V Tabeli 8 je predstavljena primerjava med povprečnimi višinami mesečnih najemnin približno 100 kvadratnih metrov velikega stanovanja glede na različne lokacije v državi in glede na vrsto

najemniškega stanovanja. Vidimo lahko, da so mesečne najemnine v obeh državah najvišje v glavnih mestih, z oddaljevanjem od mesta pa se zmanjšujejo. Cene mesečnih najemnin so med državama primerljive, na Danskem le malenkost višje kot na Finskem.

Tabela 8: Povprečne mesečne najemnine približno 100 kvadratnih metrov velikega stanovanja na Danskem in Finskem glede na lokacijo, merjeno v evrih

EUR	Povprečje v državi		Povprečje v okolici glavnega mesta		Povprečje v centru mesta	
	Danska	Finska	Kopenhagen z okolico	Helsinki z okolico	Kopenhagen center	Helsinki center
Mesečna najemnina 100 m² velikega stanovanja						
Socialna stanovanja	785	757	870	813	870	813
Privatni najem	859	850	1055	1126	1.883	2.399

Vir: Global property guide, 2011a; Global property guide, 2011b.

3.1.3 Razvitost prometne infrastrukture

Bolj kot so se Danci in Finci pripravljene seliti izven mest, nižje cene nepremičnin bodo našli. V kolikor želijo obdržati delovno mesto v prestolnici, je najbolj ugodna rešitev ta, da se preselijo 60 do 70 kilometrov izven mesta, kjer bodo našli veliko bolj ugodne cene nepremičnin, vendar se bodo posledično morali vsak dan voziti na delo v mesto. Na to odločitev pa ne vplivajo samo cene nepremičnin in najemnin, pač pa tudi razvitost prometne infrastrukture, plače, cene parcel in številni drugi dejavniki, ki jih bom analizirala v nadaljevanju. V kolikor ima država razvito prometno infrastrukturo, se bodo ljudje pripravljene preseliti izven mest in dnevno migrirati na delo v glavna mesta. Z vidika mladih družin, prav tako pa tudi z vidika starejših ljudi, je okolica glavnih mest po mojem mnenju najboljša izbira. Z množičnim preseljevanjem na obrobja mest in na podeželje bodo na teh lokacijah začela nastajati nova naselja in mesta, kar bo nedvomno pozitivno vplivalo na gradbena podjetja.

Danska ima približno 5,5 milijona prebivalcev in 4 milijone registriranih vozil, od katerih je 2. 130. 322 osebnih vozil (TISPOL, 2011), kar predstavlja 424 osebnih vozil na 1000 prebivalcev. Prav tako so cestne povezave med različnimi kraji v državi zelo dobre, še posebej pa okoli velikih mest (TISPOL, 2011). Prav tako ima Danska eno najbolj razvitih sistemov javnega prevoznitva na svetu, še posebej mesto Kopenhagen (Copenhagen Portal – Transport, 2011).

Na Finskem je registriranih 2. 877. 484 osebnih vozil, kar pomeni 535 osebnih vozil na 1000 prebivalcev (Facts about Helsinki, 2011). Tudi Finska ima dobre cestne povezave, še posebej na jugu države in v okolici večjih mest (TalkTalk, 2011).

3.1.4 Gostota poseljenosti v mestih

Kot sem že ugotovila v PEST analizi, več kot 85 % ljudi na Danskem živi v urbanih področjih. V mestu Kopenhagen in okolici živi 24 % celotne populacije (Worldbank). V Kopenhagnu na kvadratnem kilometru živi 6. 015,9 ljudi (Sustainable cities – City facts, 2011).

Tudi v mestu Helsinki in okolico je gostota prebivalstva visoka, saj na kvadratnem kilometru površine živi 2. 768 oseb (Facts about Helsinki, 2011), sicer pa več kot 62 % prebivalstva živi v mestih oziroma urbanih področjih (Facts about Helsinki, 2011). V mestu Helsinki in okolici živi 33 % celotne populacije (Worldbank).

3.1.5 Cene parcel

Povprečna cena 2. 000 kvadratnih metrov velike zazidljive parcele na Danskem stane v povprečju 460. 705 danskih kron, kar znaša 61. 863 evrov oziroma 30, 93 evrov za kvadratni meter. Če znaša cena povprečno velike hiše na Danskem 196. 560 evrov, cena zemljišča predstavlja okrog 30 % cene hiše (Haagerup, 2009, str. 7). Cene zemljišč na Danskem so na splošno zelo visoke. Kot poroča vir Forestry Department (2011), so cene zemljišč na Danskem ene najdražjih na svetu. Sicer se pa cene zemljišč na Danskem in Finskem med sabo razlikujejo glede na lokacijo in tudi glede na to, ali zemljišče prodaja občina oziroma država ali pa privatnik. Cene zemljišč, ki jih prodajajo občine, so navadno nižje od cen zemljišč, ki jih prodajajo privatniki. Včasih želi občina spodbuditi priseljevanje v določena območja in posledično spusti ceno zemljišč. Na Finskem se cene zemljišč v mestih gibljejo med 23 in 48 evri za kvadratni meter, odvisno od tega, kdo prodaja zemljišče (v tem primeru so dražja zemljišča, ki jih prodajajo privatniki). Istočasno se cene zemljišč izven mest in priljubljenih območij gibljejo med 8 in 19 evri za kvadratni meter zazidljivega zemljišča. Povprečna cena zazidljivega zemljišča na Finskem stane približno 24, 5 evra za kvadratni meter (Viitanen et al., 2003).

3.1.6 Najbolj priljubljena območja za nakup nepremičnine

Na Danskem je največje povpraševanje po nepremičninah v glavnem mestu Kopenhagen in njegovi okolici (Kristensen, 2007). Popularna območja za nakup nepremičnine so še predvsem zahodna in severna območja Jutlandije, kjer pa se najbolj prodajajo počitniške rezidence (Overseas real estate, 2011).

Na Finskem je povpraševanje po nepremičninah največje v Helsinkih in okolici, istočasno pa obstaja presežna ponudba nepremičnin na podeželju oziroma izven mest (Norris & Shiels, 2004). Takšen pojav je potrebno pripisati predvsem dejstvu, da se čedalje več ljudi iz ruralnih področij seli v večja mesta (Finland, Environment – land use and building, 2011).

3.1.7 Vrsta nastanitve ter lastniška struktura

Danci veliko vlagajo v svoje domove, saj jim ti ogromno pomenijo. Velik del svojega dohodka namenijo za vzdrževanje svojih domov. Imajo lepe, velike in tudi drage domove (Kristensen, 2007). Iz Tabele 9 lahko vidimo, da ima Danska največ kvadratnih metrov stanovanjske površine na prebivalca med analiziranimi državami. Takšen rezultat je deloma tudi posledica načina meritve velikosti stanovanjske površine na Danskem, kjer velikost stanovanja merijo z zunanje strani sten, zraven pa so vključena tudi stopnišča. Če želimo dobiti realni rezultat velikosti stanovanja, moramo odšteti 15 % od trenutne vrednosti, kar pa še zmeraj uvršča Dansko med prve tri države po velikosti stanovanjske površine na prebivalca. Domovi Fincev so v primerjavi z Dansko in drugimi evropskimi državami precej manjši, saj v povprečju skupna površina na osebo znaša 36 kvadratnih metrov stanovanjske površine. Na Finskem prevladujejo manjša stanovanja. 44 % vseh stanovanjskih enot je eno- ali dvosobnih, 42 % pa je tri- ali štirisobnih (kjer se kuhinja ne šteje kot soba) (Finland, Environment – housing, 2011).

Tabela 9: Velikost stanovanjske enote na osebo v različnih evropskih državah, merjeno v kvadratnih metrih, povprečje zadnjih let

Država	Velikost stanovanjske enote na osebo (m²)
Danska	51
Švedska	44
Velika Britanija	44
Nizozemska	41
Nemčija	40
Avstrija	38
Francija	38
Finska	36
Irska	35

Vir: H. Kristensen, Housing in Denmark, 2007, str. 8.

Povprečna velikost samostojne enodružinske hiše znaša 156 kvadratnih metrov. Statistike govorijo, da se povprečna velikost stanovanjske površine vsakih 10 let poveča za 6 kvadratnih metrov (Kristensen, 2007).

Povprečna velikost samostojne enodružinske hiše na Finskem je 130 kvadratnih metrov (Wood town studio – Sociotechnical facts, 2011).

Na Danskem je bilo konec leta 2010 izmerjenih 2,6 milijona stanovanjskih enot, kar predstavlja 482,7 stanovanjskih enot na 1000 prebivalcev. Od tega je 1,1 milijona samostojnih enodružinskih hiš, kar predstavlja približno 42 % in tako uvršča samostojne enodružinske hiše na vrh lestvice najbolj priljubljene vrste bivanja na Danskem (Kristensen, 2007).

Na Finskem je bilo konec leta 2010 izmerjenih okrog 2,8 milijona stanovanjskih enot, kar je približno 522 stanovanjskih enot na 1000 prebivalcev (Statistics Finland, 2011). Izmed vseh vrst stanovanjskih enot je na Finskem največ stanovanjskih blokov, približno 44 %. Več kot 70 % Fincev živi v stavbah, ki so nižje od treh nadstropij (Norris & Shiels, 2004).

V Tabeli 10 so predstavljene vrste stanovanjskih enot, v katerih biva dansko in finsko prebivalstvo.

Tabela 10: Vrsta nastanitve na Danskem in Finskem, v odstotkih

%	Danska	Finska
Samostojne enodružinske hiše	42	40
Vrstne hiše in hiše dvojčki	17	14
Stanovanjski bloki	38	44
Ostalo	3	2
Skupaj	100	100

Vir: Statistics Denmark, 2011; Statistics Finland, 2011; Global property guide, 2011a; Global property guide, 2011b.

Glede na lastniško strukturo stanovanjskih enot je na Danskem približno 53 % stanovanjskih enot lastniških, približno 40 % pa najemniških (Norris & Shiels, 2004). Le 5 % izmed lastniških stanovanjskih enot na Danskem so stanovanja. Vse ostalo so stanovanjske hiše (Skifter Andersen, 2010).

Na Finskem je približno 59 % stanovanjskih enot lastniških, približno 30 % pa najemniških. Približno polovica lastniških stanovanjskih enot je stanovanjskih hiš, polovica pa stanovanj. Približno polovica najemniških stanovanj je državno subvencioniranih oziroma socialnih stanovanj (angl. *social housing*) (Finland, Environment – housing, 2011). Sicer pa obstajajo razlike glede strukture lastništva med mesti in podeželjem. Odstotek lastniških stanovanj je manjši v velikih mestih, saj tam prevladujejo najemniška stanovanja (Vaattovaara, Vilkkama, Yousfi, Dhalmann & Kauppinen, 2010).

V Tabeli 11 je predstavljena lastniška struktura stanovanjskih enot na Danskem in Finskem.

Tabela 11: Lastniška struktura stanovanjskih enot na Danskem in Finskem, v odstotkih

%	Danska	Finska
Lastniške:	53	59
- hiše	48	32
- stanovanja	5	27
Najemniška stanovanja:	40	30
- privatni najem	19	14
- socialna stanovanja	21	16
Ostalo	7	11
Skupaj	100	100

Vir: Statistics Denmark, 2011; Statistics Finland, 2011; Global property guide, 2011a; Global property guide, 2011b.

3.1.8 Aktivnost v gradbenem sektorju

Kot prikazuje Tabela 12, so v letu 2010 na Danskem zgradili 11.359 stanovanjskih enot, od tega 3.922 oziroma 34,53 % samostojnih družinskih hiš in 3.345 oziroma 29,45 % večstanovanjskih objektov. Na Finskem so v istem letu zgradili 25.894 stanovanjskih enot, od tega 10.484 oziroma 40,49% samostojnih družinskih hiš in 11.762 oziroma 45,42 % večstanovanjskih objektov.

Tabela 12: Stanovanjska gradnja glede na vrsto stanovanjskega objekta v letih 2008 in 2010, v številu dokončanih enot v letu in v odstotkih

	Danska				Finska			
	2008		2010		2008		2010	
	Število	%	Število	%	Število	%	Število	%
Samostojne družinske hiše	8.875	32,81	3.922	34,53	14.471	47,38	10.484	40,49
Vrstne hiše in hiše dvojčki	6.604	24,42	1.438	12,66	4.094	13,40	2.867	11,07
Večstanovanjski objekti	7.638	28,24	3.345	29,45	11.430	37,42	11.762	45,42
Ostalo	3.930	14,53	2.654	23,36	/	1,8	/	3,02
Skupaj	27.047	100	11.359	100	30.542	100	25.894	100

Vir: Statistics Denmark, 2011; Statistics Finland, 2011.

Na Danskem je najbolj uporabljen gradbeni material opeka (National Heritage Board, 2003), na Finskem pa prevladuje les. V letu 2010 je bilo po podatkih Statističnega urada na Finskem 84,2 % stanovanjskih objektov zgrajenih iz lesa. Opeko kot gradbeni material na Finskem le redko uporabljajo (Statistics Finland, 2011). Po podatkih agencije McKinsey & Company (2010) je na Finskem montažna gradnja široko uporabljena, saj je kar sedemkrat bolj razširjena kot na Danskem. Njihovi procesi pri gradnji so zelo napredni in razviti. Finci že od nekdaj gradijo hiše v tovarnah, saj so vremenski pogoji večino leta neprimerni za klasično gradnjo. Na primer,

vlivanje betona navadno poteka pri 5°C ali več, vendar so na Finskem temperature v večjem delu leta nižje od te, določeni deli Finske pa sploh nikoli ne dosežejo te temperature. Zato je montažna gradnja na Finskem še toliko bolj popularna in uporabljena.

3.2 Panožna konkurenca

Panogo predstavlja sorodna grupacija podjetij, ki proizvajajo proizvod oziroma skupino proizvodov, v katerih kupci vidijo istovrstno blago. Ponudbo tako opredeljenih podjetij sestavljajo produkti, med katerimi je zelo visoka oziroma neskončna križna elastičnost povpraševanja in jih zato opredelimo kot bližnje substitute (Debeljak, Prašnikar, 1998, str. 313).

V nadaljevanju predstavljam panogo stavbno mizarstvo in tesarstvo na Danskem in Finskem. V tej panogi delujejo podjetja, ki proizvajajo in tržijo montažne lesene objekte.

3.2.1 Umestitev podjetja v panogo

Za analiziranje položaja proizvajalcev v panogi oziroma za proučevanje tržne strukture in uspešnosti podjetij praviloma uporabljamo podatke podjetij, razvrščene v panogo na podlagi statistične razvrstitve dejavnosti. Slovenska podjetja so razvrščena po slovenski nomenklaturi SKD, ki je usklajena z evropsko klasifikacijo NACE.

Podjetje Riko Hiše proizvajajo in trži montažne stavbe iz lesa. Po klasifikaciji SKD se proizvodnja montažnih hiš iz lesa razvršča pod šifro C/16.23 – stavbno mizarstvo in tesarstvo (angl. *Manufacture of other builders' carpentry and joinery*). Klasifikacija podjetja Riko Hišo je predstavljena v prilogi 2. Poleg podjetij, ki se ukvarjajo z gradnjo stavb iz lesa, najdemo pod to šifro tudi podjetja, ki proizvajajo različne lesene dele stavb in druge lesene proizvode. S proučevanjem panoge »stavbno mizarstvo in tesarstvo« smo izključili podjetja, ki se ukvarjajo s proizvodnjo lesenega pohištva, prav tako pa tudi podjetja, ki se ukvarjajo z montažno gradnjo stavb iz drugih materialov (na primer kovine ali betona).

3.2.2 Število konkurentov v panogi

V večini panog so podjetja medsebojno odvisna. Poteza enega ali več konkurentov navadno povzroči reakcije drugih podjetij, ki skušajo ohraniti svoje položaje v panogi (Jaklič, 2002). Intenzivnost konkurence je odvisna od številnih spremenljivk. Porter (2008, str. 7) pravi, da je intenzivnost rivalstva največja, če:

- **obstaja večje število podjetij**, ki so si podobna po velikosti in moči.
- **panoga raste zelo počasi** in podjetja se morajo boriti za svoj tržni delež.
- **so izstopne ovite visoke**, kar pomeni, da obstaja neka ovira, ki preprečuje podjetjem, da bi izstopila iz panoge. Tako se morajo zdrava podjetja boriti s tistimi, ki bi v normalnih razmerah že zdavnaj izstopila iz panoge.

- **so konkurenti močno motivirani in predani ciljem.** Primer so nekatera podjetja, ki konkurirajo na določenih področjih samo zato, da ponuja podjetje celotno linijo proizvodov.
- **podjetja ne morejo prebrati signalov drugih,** ker so si med seboj preveč različna in imajo drugačne cilje .

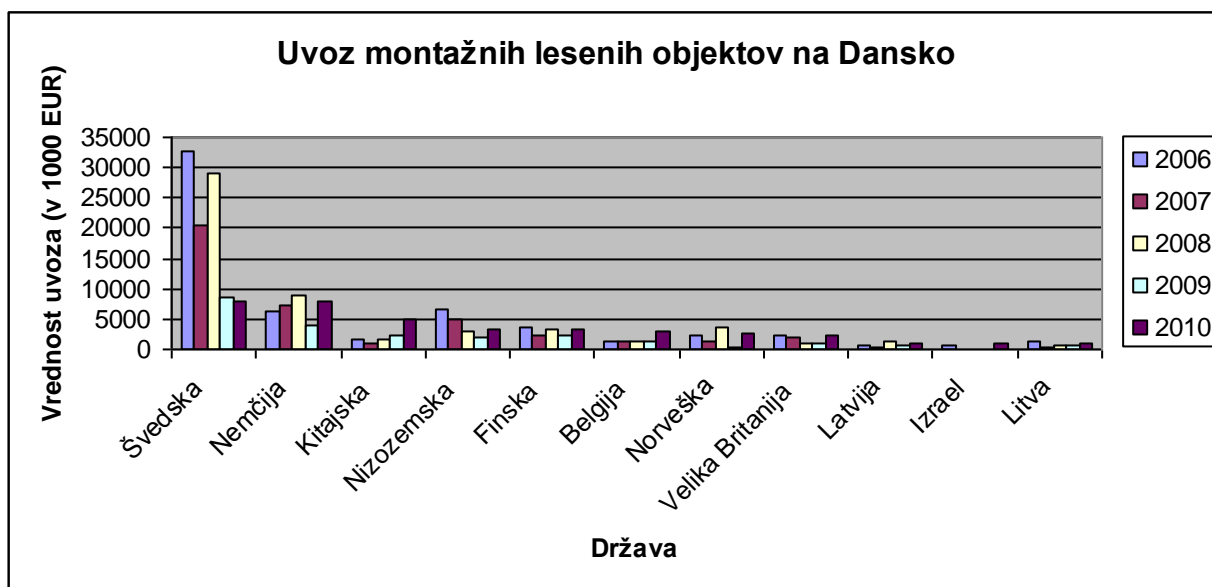
Število konkurentov v panogi sem ocenila na temelju podatkov, ki sem jih dobila na spletnem portalu Kompass.

Na Danskem se po podatkih spletnega portala Kompass s proizvodnjo montažnih lesenih objektov ali delov objektov ukvarja 108 podjetij. V tej kategoriji so po Kompassovi razčlenitvi tako proizvajalci montažnih lesenih hiš kot proizvajalci montažnih delov zgradb (stopnice, ostrešja, opaži, tramovja in podobno) in drugih montažnih lesenih objektov (garaže, vrtne ute, leseni kioski, rastlinjaki in podobno). Ker se podjetje Riko Hiše ukvarja pretežno s proizvodnjo lesenih montažnih stanovanjskih objektov, vrtcev, šol, manjših hotelov in restavracij, sem analizirala le podjetja, ki se ukvarjajo s proizvodnjo teh vrst objektov. Tako sem našla 17 ožjih konkurentov, med katerimi so tako po letnih prihodkih, kot po številu zaposlenih največja Trelleborg A/S, EBK Huse A/S, Kalmar – Huse A/S, Panbo A/S, Pre – Trae A/S, Scanwo A/S in Skare Byg A/S (Kompass, 2011).

Vendar pa pri analizi panožne konkurence ni dovolj, če kot konkurente upoštevamo le domača podjetja, pač pa je potrebno upoštevati tudi dejstvo, da na danskem trgu konkurira poleg domačih tudi veliko tujih podjetij, ki imajo na Danskem odprta bodisi predstavništva ali pa poslujejo neposredno preko distributerjev. Ker je bilo do točnih podatkov o številu in imenih teh podjetij težko priti, sem zbrala podatke o skupnem uvozu v panogi montažnih lesenih objektov iz posameznih držav, ki so predstavljeni na Sliki 1 in v Prilogi 3. V letih od 2006 do 2010 so največ montažnih hiš na Dansko uvozili iz Švedske, ki krepko presega uvoz iz ostalih držav. Sledi ji Nemčija, Kitajska pa je največja neevropska izvoznica. Med državami, ki beležijo precejšen izvoz montažnih hiš na Dansko so tudi Nizozemska, Finska, Belgija in Norveška (WTO, 2011).

Slika 1 prikazuje vrednost uvoza desetih največjih uvoznic montažnih lesenih objektov na Dansko.

Slika 1: Vrednost uvoza montažnih lesenih objektov na Dansko v letih od 2006 do 2010, merjeno v 1000 EUR

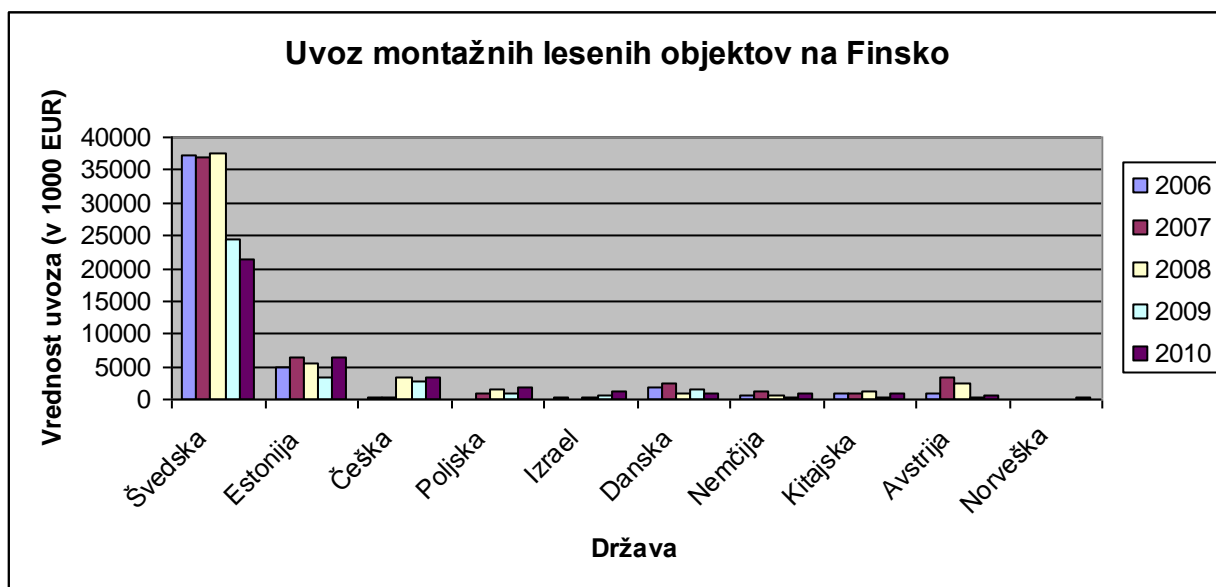


Vir: WTO, Trade topics, 2011.

Finski trg montažnih lesenih objektov je večji od danskega, saj se po podatkih spletnega portala Kompas s proizvodnjo montažnih lesenih objektov ukvarja 177 podjetij. Ožjih konkurentov, torej tistih, ki se ukvarjajo s proizvodnjo lesenih montažnih stanovanjskih objektov, vrtecev, šol, manjših hotelov in restavracij, je 44. Tržni vodja v panogi stavbno mizarstvo in tesarstvo – proizvodnja montažnih lesenih objektov, je podjetje Honkarakenne Oy, ki ima 27 % tržni delež (Annual Report, 2003). Med večjimi konkurenti na finskem trgu so tudi podjetja Kontiotuote Oy, Luoma Puutuote Ltd, Lapponia House Oy in Rantasalmi Oy (Kompas, 2011). Deset največjih proizvajalcev na finskem trgu montažnih lesenih objektov (poleg zgoraj omenjenih še FinnDomo Oy, Harjavalta Oy, Kastellitalot Oy, Koskisen Oy (Herrala Talot) in Pyhännän Rakennustuote Oy), skupno pokriva 80 % tržni delež. Večina glavnih proizvajalcev na finskem trgu proizvede preko 1. 000 objektov letno (predvsem stanovanjskih hiš), medtem ko ostala podjetja v panogi proizvedejo le nekaj objektov letno. Veliko podjetij v panogi na Finskem se namreč poleg proizvodnje montažnih lesenih objektov ukvarja še z drugimi aktivnostmi, recimo z žagarstvom, izdelavo lesenega pohištva in podobno (Toimiala Infomedia, 2002).

Kot prikazuje Slika 2 in Priloga 4, Finska največ uvozi iz Švedske, sledi ji Estonija, v zadnjih letih pa se povečuje tudi uvoz iz Češke in Poljske. V letih 2006 in 2007 je bila pomembna izvoznica montažnih lesenih objektov na Finsko tudi Danska, vendar se je njen izvoz v zadnjih treh letih zmanjšal za več kot polovico. Največja neevropska izvoznica na Finsko je Kitajska.

Slika 2: Vrednost uvoza montažnih lesenih objektov na Finsko v letih od 2006 do 2010, merjeno v 1000 EUR

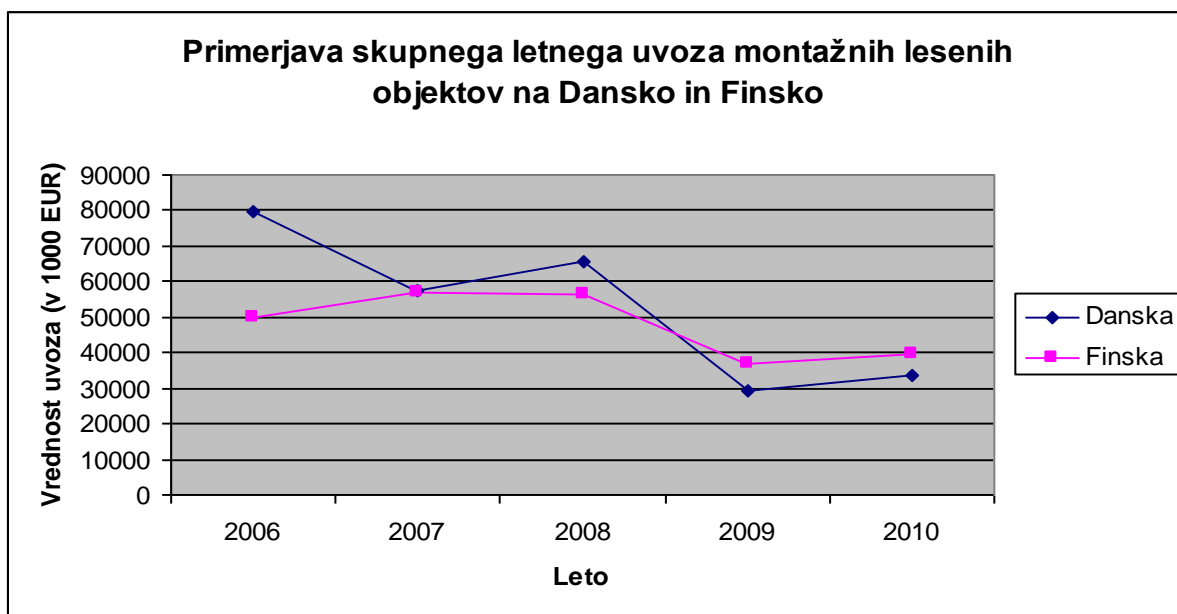


Vir: WTO, Trade topics, 2011.

Finska je v zadnjih dveh letih po skupnem letnem uvozu montažnih lesenih objektov premagala Dansko. Sicer pa uvoz v obe državi v zadnjih letih upada, na Danskem nekoliko bolj naglo kot na Finskem. Kot je prikazano v Prilogi 5, je Danska v letu 2010 uvozila za več kot polovico manj kot leta 2006, Finska pa v enakem obdobju približno četrtno manj.

Slika 3 prikazuje primerjavo med vrednostjo skupnega letnega uvoza montažnih lesenih objektov na Dansko in Finsko.

Slika 3: Vrednost skupnega letnega uvoza montažnih lesenih objektov na Dansko in Finsko v letih od 2006 do 2010, merjeno v 1000 EUR

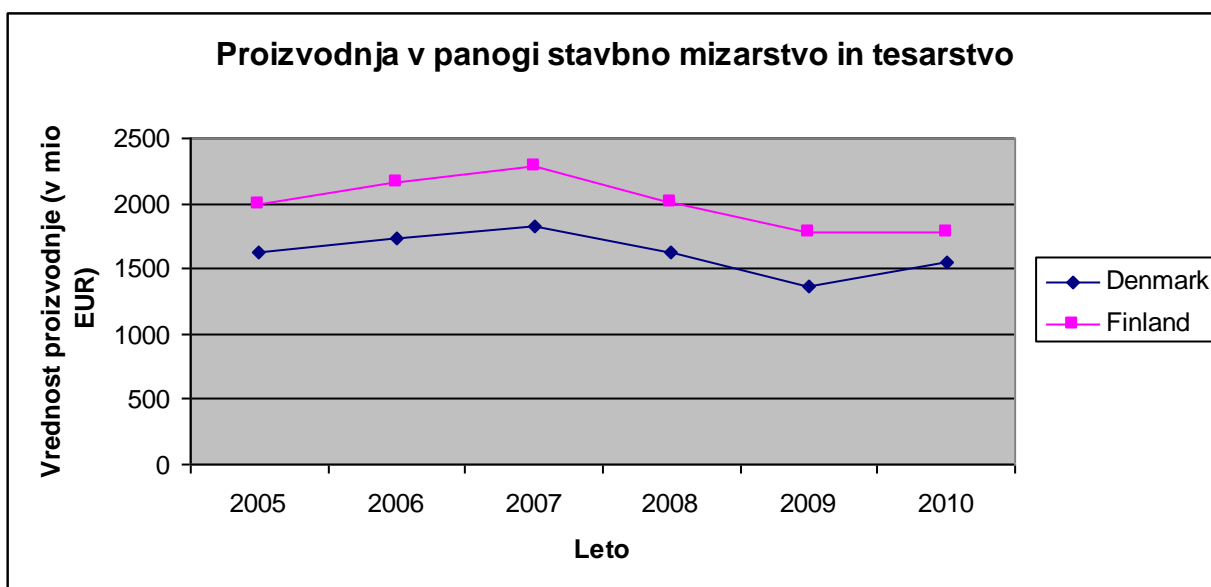


Vir: WTO, Trade topics, 2011.

3.2.3 Stopnja rasti panoge

Proizvodnja v panogi je v obeh državah manjša kot pred letom 2008, kar je zagotovo posledica svetovne gospodarske krize. Panoga je do leta 2007 rasla po letni stopnji do 10 % v obeh državah, v letu 2008 pa je zaradi svetovne finančne krize proizvodnja začela upadati. V letu 2010 je panoga spet začela rasti, na Danskem nekoliko hitreje kot na Finskem.

Slika 4: Proizvodnja v panogi stavbno mizarstvo in tesarstvo na danskem in finskem trgu, v mio EUR



Vir: Euromonitor, 2011.

3.3 Ocena velikosti trga

Cene stanovanjskih enodružinskih hiš podjetja Riko Hiše se gibljejo med 700 in 900 evri za kvadratni meter objekta v fazi »navzven zaključen objekt«. Faze zaključenosti objektov so predstavljene v Prilogi 6. Cena je okvirna in variira od vrste konstrukcije (masivna lesena ali okvirna lesena konstrukcija), izbire gradbenih materialov, zahtevnosti arhitekture ter velikosti objekta. Pri fazi gradnje »hiša na ključ« oziroma »ključ v roke« je cena Riko Hiše višja in na slovenskem trgu znaša med 1. 200 in 1. 500 evri. V tujini, kjer moramo upoštevati še transportne stroške, lokalne cene določenih materialov in delovne sile, je cena Riko Hiše v povprečju za od 5 do 8 % višja.

Povprečna velikost samostojne enodružinske hiše na Danskem znaša 156 kvadratnih metrov, na Finskem pa 130 kvadratnih metrov. Tako bi na Danskem za povprečno veliko stanovanjsko enodružinsko Riko Hišo morali okvirno odšteti med 196 .560 evrov ((1200 x 1,05)EUR x 156 m²) in 252. 720 evri ((1500 x 1,08) EUR x 156 m²). Na Finskem bi za povprečno veliko Riko Hišo morali okvirno odšteti med 163. 800 ((1200 x 1,05) EUR x 130 m²) evri in 210. 000 evri ((1500 x 1,08) EUR x 130 m²). Oboje je cena hiše v izvedbeni fazi »hiša na ključ« in ne upošteva cene zemljišča. Če pogledamo podatke iz Tabele 13, vidimo, da je najvišja cena Riko Hiše na Danskem malenkost pod povprečjem, na Finskem pa malenkost nad povprečjem.

Tabela 13: Primerjava povprečnih cen stanovanjskih enodružinskih hiš na Danskem in Finskem z Riko Hišami

	Povprečna prodajna cena stanovanjske enodružinske hiše na ključ (EUR/m²)	Povprečna cena stanovanjske enodružinske Riko Hiše na ključ v Sloveniji (EUR/m²)	Povprečna cena stanovanjske enodružinske Riko Hiše na ključ v tujini (EUR/m²)
Danska	1.735	1.200 – 1.500	1.260 – 1.620
Finska	1.474	1.200 – 1.500	1.260 – 1.620

Vir: H. Kristensen, 2007; Wood town studio, Sociotechnical facts, 2011.

Kot navaja Kristensen (2007) v poročilu Housing in Denmark, si lahko gospodinjstvo z dvema zaposlenima članoma, ki imata srednje velike plače, s svojim razpoložljivim dohodkom kupita povprečno veliko nepremičnino v vrednosti približno 270. 000 evrov (1735 EUR/m² x 156 m²). Povprečno velika Riko hiša bi na Danskem stala med 196. 560 in 252. 720 evri, kar pomeni, da bi si jo gospodinjstva z dvema zaposlenima članoma s srednje velikima plačama lahko privoščila. Če pa upoštevamo še ceno nakupa zemljišča, pridobitev gradbenega dovoljenja in ostale operativne stroške, lahko ocenim, da so potencialni kupci Riko Hiš gospodinjstva s povprečnim letnim dohodkom, višjim od povprečnega. Povprečni letni razpoložljivi dohodek¹ na gospodinjstvo² znaša na Danskem 280. 000 danskih kron, kar je 37. 596, 26 evrov. Na Danskem

¹ Razpoložljivi dohodek je znesek, ki ostane za porabo in prihranke, ko so neposredni davki in obrestne mere že plačane.

² Gospodinjstvo se smatra kot skupnost stanovalcev, ki skupaj stanujejo in porabljajo sredstva za osnovne življenjske potrebe oziroma prebivalec, ki živi sam.

je skupno 2. 547. 000 gospodinjstev (2008), od tega je imelo skoraj 60 % oziroma 1. 528. 200 gospodinjstev razpoložljivi dohodek višji od povprečnega. Razpoložljivi letni dohodek, višji od 50. 000 evrov, je imelo približno 22 % gospodinjstev, kar predstavlja nekaj čez 560. 000 gospodinjstev (Denmark in Figures, 2009).

Na Finskem bi bila Riko Hiša ob upoštevanju vseh stroškov nakupa zemljišča, pridobitve gradbenega dovoljenja in ostalih operativnih stroškov dražja od povprečne samostojne enodružinske hiše na Finskem. Zato ocenjujem, da so potencialni kupci Riko Hiš gospodinjstva z dohodkom, višjim od povprečnega. Na Finskem je bilo leta 2008 skupno 2. 507. 000 gospodinjstev, od tega je imelo 90 % oziroma 2. 266. 000 gospodinjstev razpoložljiv dohodek višji od 25. 000 evrov, 58 % oziroma 1. 458. 000 gospodinjstev pa je imelo razpoložljivi dohodek višji od 45. 000 evrov (Euromonitor, 2011). Povprečni letni razpoložljivi dohodek na gospodinjstvo je znašal 28. 340 evrov (Statistics Finland, 2011).

Velikost trga pa lahko ocenimo tudi z vidika uporabe montažne lesene gradnje na Danskem in Finskem. Na Danskem so v letu 2008 zgradili približno 27. 000 stanovanjskih objektov, od tega skoraj 9. 000 samostojnih enodružinskih hiš. Na Finskem so v istem letu zgradili približno 30. 500 stanovanjskih objektov, od tega 14. 000 samostojnih enodružinskih hiš. Na Finskem je približno 80 % oziroma 24. 000 objektov bilo zgrajenih iz lesa, na Danskem pa sedemkrat manj, torej le nekaj več kot 10 % oziroma 3. 500 objektov.

4 DISKUSIJA REZULTATOV RAZISKAVE – UGOTOVITVE IN PRIPOROČILA

Diskusijo rezultatov analize podajam v tem poglavju. Do zaključka diplomske naloge namreč nisem imela celotnega vpogleda v danski in finski trg montažnih lesenih objektov in so me rezultati posameznih delov analize marsikdaj zavedli v odločitvi o tem, kateri trg je bolj privlačen za vstop podjetja Riko Hiše.

Analiza geografskega okolja je pokazala, da zaradi prenizkih temperatur podnebje na Finskem ni naklonjeno klasični gradnji in zato ima na Finskem montažna gradnja velik potencial in je tudi široko uporabljena. Preko 80 % objektov je zgrajenih iz lesa. Na Danskem je podnebje primerno za klasično gradnjo, montažna lesena gradnja pa je zato uporabljena bolj redko. Le nekaj čez 10 % objektov je zgrajenih iz lesa.

Analiza fizično-demografskega okolja je pokazala, da se življenjska doba ljudi iz leta v leto povečuje, takšen trend pa je predvidevan tudi za v prihodnje. Če upoštevam še podatek, da število članov v gospodinjstvih pada, lahko sklepam, da se mlajše generacije selijo na svoje, kar pomeni dodatno potrebo po stanovanjskih kapacitetah. Pričakujemo lahko, da prihodnje generacije v času ustvarjanja družine ne bodo podedovale nepremičnin od svojih staršev, saj je pričakovana življenjska doba ljudi vedno višja. Prihodnje generacije bodo zato same začele graditi svoje domove, kar bo vsekakor pozitivno vplivalo na Riko Hiše, saj se bodo potrebe po stanovanjskih objektih v prihodnosti zaradi tega le še povečevale.

Prav tako sta obe državi visoko urbanizirani, iz analize pa je razvidno, da se bo trend selitve v mesta v prihodnjih letih v obeh državah le še stopnjeval. To istočasno pomeni presežek povpraševanja po nepremičninah v mestih in pričakujemo lahko posledični dvig cen nepremičnin v mestih ter znižanje cen nepremičnin v ostalih delih države. V obeh prestolnicah prevladujejo najemniška stanovanja, saj so cene nepremičnin izredno visoke.

Bolj kot so se Danci in Finci pripravljani seliti izven mest, nižje cene nepremičnin bodo našli. V kolikor želijo obdržati delovno mesto v prestolnici, je najbolj ugodna rešitev ta, da se preselijo 60 do 70 kilometrov izven mesta, kjer bodo našli veliko bolj ugodne cene nepremičnin, vendar se bodo posledično morali vsak dan voziti na delo v mesto. Na to odločitev pa ne vplivajo samo cene nepremičnin in najemnin, pač pa tudi razvitost prometne infrastrukture, plače, cene parcel in številni drugi dejavniki. V kolikor ima država razvito prometno infrastrukturo, kar Danska in Finska nedvomno imata, se bodo ljudje pripravljani preseliti izven mest in dnevno migrirati na delo v glavna mesta. Z vidika mladih družin, prav tako pa tudi z vidika starejših ljudi, je okolica glavnih mest po mojem mnenju najboljša izbira in kot se že v večini velikih mest po svetu dogaja, se bodo ljudje začeli seliti v okolico glavnih mest in na podeželje. Z množičnim preseljevanjem na obrobja mest in na podeželje bodo na teh lokacijah začela nastajati nova naselja in mesta, kar bo nedvomno pozitivno vplivalo na gradbena podjetja. Če upoštevam še to, da so ljudje vse bolj ekološko zavedni ter se zavedajo pomena varčevanja z energijo in varovanja okolja, v katerem živimo, imajo proizvajalci montažnih lesenih objektov, med katere spada tudi podjetje Riko Hiše, na danskem in finskem trgu velik potencial.

Finska in še posebej Danska sta visoko razviti državi s povprečnim BDP na prebivalca višjim od povprečja EU in visoko kupno močjo, kar je nedvomno pozitiven znak za uspešnost poslovanja podjetja Riko Hiše na danskem in finskem trgu. Sicer pa sem ugotovila, da v obeh državah največ porabijo za stroške bivanja in namestitve. Pričakujemo lahko, da bodo ljudje začeli povpraševati po energijsko varčnih objektih in materialih. Objekti podjetja Riko Hiše sodijo med nizkoenergijske objekte, saj porabijo za ogrevanje malo energije, kar pa lahko bistveno zmanjša stroške bivanja in namestitve. Tehnologija podjetja Riko Hiše omogoča izdelavo objektov v kateremkoli energijsko varčnem razredu, od boljših nizkoenergijskih do plusenergijskih.

V sklopu socikulturenega okolja sta se mi še posebej zanimiva zdela rezultata dimenzij »individualizem« in »moškost/ženskost« v Hofstederjevem modelu preučevanja kulture. Obe državi, še posebej pa Danska, sta izrazito individualistično usmerjeni, na podlagi česar lahko sklepam, da želijo imeti svoje domove narejene po lastni zamisli in drugačne od drugih. Podjetje Riko Hiše je idealno za takšnega kupca, saj omogoča na eni strani zelo hitro in ekološko montažno gradnjo ter realizacijo lastnih idej in zamisli na drugi strani. Glede na to, da podjetje Riko Hiše ne proizvaja tipskih hiš, ima po mojem mnenju še posebej na danskem trgu velik potencial.

Analiza panoge stavbno mizarstvo in tesarstvo je pokazala, da je na finskem trgu več proizvajalcev montažnih lesenih objektov kot na Danskem. Glede na naravne pogoje je to

povsem logično, saj je skoraj tri četrtine finskega ozemlja prekrita z gozdovi. Kljub veliki lastni proizvodnji montažnih lesenih objektov, pa je tudi uvoz na Finsko v zadnjih letih večji kot na Dansko. Pri Dancih namreč še vedno velja prepričanje, da je montažna lesena gradnja tradicionalna in ni tako arhitekturno dovršena kot klasična gradnja. Tukaj vidim za podjetje Riko Hiše velik potencial, saj podjetje ne proizvaja tipskih hiš in se popolnoma prilagodi željam in okusu posameznika, vsak njihov objekt pa je unikat.

Primerjava cen Riko Hiš s povprečnimi cenami stanovanjskih hiš na Danskem in Finskem je pokazala, da so cene Riko Hiš primerljive s povprečnimi cenami hiš na Danskem, na Finskem pa so malenkost višje od povprečja. Točno primerjavo je bilo težko narediti, saj se cene Riko Hiš v različnih državah razlikujejo. Odvisne so namreč od številnih kriterijev, med drugim tudi od cene najema lokalne delovne sile, materialov, velikosti objekta, zahtevnosti arhitekture in podobno.

Če pa ocenjujem velikost trga z vidika uporabe montažne gradnje v obravnavanih državah, pa je Finska precej privlačnejša od Danske, saj je več kot 80 % objektov narejenih iz lesa, medtem ko jih je na Danskem le dobrih 10 %.

Če bi upoštevala zgolj rezultate določenih delov analize bi lahko trdila, da je finski trg bolj primeren za vstop podjetja Riko Hiše. Analiza je z vidika geografskega okolja, stopnje rasti panoge, aktivnosti v gradbenem sektorju in uporabe montažne lesene gradnje vsekakor govorila v prid Finski. Vendar me je poglobljeno razumevanje in povezovanje različnih delov moje analize pripeljalo do spoznanja, da je danski trg kljub temu, da se trenutno montažna lesena gradnja uporablja le v 10 %, bolj primeren za vstop.

Danska je ena najrazvitejših evropskih in tudi svetovnih držav, z visokim BDP na prebivalca, visokimi povprečnimi bruto plačami na zaposlenega in visokim povprečnim razpoložljivim dohodkom gospodinjstev. Vsekakor govori v prid Danski tudi podatek, da imajo Danci velike, lepo urejene in drage domove. Veliko dajo na estetiko in v splošnem ne pristajajo na tipske hiše, v čemer vidim ključno konkurenčno prednost podjetja Riko Hiše.

Povprečne cene nepremičnin so na Danskem višje kot na Finskem, kar pomeni, da bi lahko podjetje Riko Hiše na danskem trgu dosegalo boljše cene kot na finskem trgu, poleg tega pa bi si lahko Riko Hišo na Danskem privoščil večji krog ljudi kot na Finskem. Čeprav je montažna lesena gradnja na Danskem relativno redko uporabljena, lahko v prihodnosti pričakujemo povečanje uporabe te vrste gradnje, saj država zelo spodbuja ekološko trajnost in energijsko varčnost, Riko Hiše pa nedvomno izpolnjujejo ta kriterij. Podjetje Riko Hiše združuje vse zahteve danskega prebivalstva – ekološka čistost, energijska varčnost, narejena po meri in dostopna širokemu krogu ljudi.

Podjetju Riko Hiše tako priporočam, da se najprej osredotoči na danski trg in pri trženju svojih izdelkov upošteva ključne ugotovitve moje analize. Zelo pomembno se mi zdi, da podjetje Riko Hiše na danskem trgu zelo poudarja svoje konkurenčne prednosti, to so izdelek po meri naročnika, arhitekturna dovršenost, energijska varčnost in ekološka čistost njihovih objektov.

Sicer pa priporočam podjetju, da spremlja dogajanje na finskem trgu in se čez čas odloči tudi za vstop na finski trg. Finski trg ima velik potencial, vendar je zaradi zahtevnosti samega vstopa in prodora na trgu ter nižje kupne moči kot na danskem, zaenkrat manj primeren.

SKLEP

V današnjem času je internacionalizacija za dolgoročno uspešnost poslovanja podjetja skoraj nujna. Slovenski trg je pogosto premajhen, zato čedalje več podjetij posluje na tujih trgih. Meje med državami so, še posebej znotraj EU, zabrisane, države pa podpirajo mednarodno poslovanje preko različnih bilateralnih in drugih sporazumov. Podjetje, ki ne izkoristi prednosti mednarodnega poslovanja, veliko izgubi in po mojem mnenju dolgoročno ne more obstati na trgu.

V diplomskem delu sem raziskala danski in finski trg za namen internacionalizacije podjetja Riko Hiše, ki se ukvarja s proizvodnjo montažnih lesenih objektov. V prvem delu diplomske naloge sem analizirala internacionalizacijsko strategijo podjetja Riko Hiše. Ugotovila sem, da podjetje Riko Hiše posluje v tujini v večini primerov preko zastopstev. Na podjetje Riko Hiše delujejo predvsem proaktivni motivi za internacionalizacijo, to so motivi, ki predstavljajo vnaprejšnjo vzpodbudo za internacionalizacijo in izhajajo iz lastne motivacije podjetja, da izkoristi sposobnosti in prednosti, ki jih poseduje. Ravno zaradi tega podjetje Riko Hiše že od samega začetka uspešno posluje na veliko mednarodnih trgih.

Po analizi internacionalizacijske strategije podjetja Riko Hiše sem analizirala danski in finski trg na podlagi sekundarnih virov podatkov, kar se je v več primerih izkazalo kot zelo zahtevno. Ker so bili podatki primarno zbrani za druge namene, je bilo velikokrat težko najti primerne podatke za mojo analizo. Hkrati sem se soočala s težavami primerjanja podatkov med državama, saj so bili v posamezni državi podatki nemalokrat zbrani po drugačnih metodah in zato težje primerljivi med seboj. Srečala sem se tudi z jezikovno oviro, saj nekateri viri niso bili dostopni v angleščini, pač pa le v danščini in finščini.

V prvem delu analize zunanjega okolja sem analizirala splošne makroekonomske značilnosti, v drugem delu analize pa sem raziskala nepremičninski trg in panogo »stavbno mizarstvo in tesarstvo«. Ugotovila sem, da je danski trg z vidika podjetja Riko Hiše bolj potencialen od Finskega, saj je kupna moč prebivalstva večja, arhitekturna dovršenost objektov podjetja Riko Hiše pa zadošča zahtevnim potrebam danskih kupcev. Dodaten razlog je tudi visoka ekološka ozaveščenost ljudi in državna prizadevanja za varčevanje z energijo. Menim, da bo v prihodnjih letih začela danska vlada še bolj spodbujati montažno leseno gradnjo, saj je ta prijaznejša do okolja.

Domnevo, da sta danski in finski trg primerna za vstop podjetja Riko Hiše, lahko torej delno potrdim. Na podlagi analize lahko sklepam, da je danski trg primeren za vstop podjetja Riko Hiše, finski pa nekoliko manj, saj ima prebivalstvo manjšo kupno moč, prav tako pa je ogromno uspešnih lokalnih proizvajalcev montažnih lesenih hiš.

Ne glede na to, da je danski trg trenutno primernejši za vstop podjetja Riko Hiše, predlagam podjetju, da spremlja dogajanje na finskem trgu in čez čas poskuša vstopiti tudi na njihov trg. Finski trg nedvomno ima potencial, vendar je prav tako veliko bolj zahteven. Glede na to, da ima podjetje Riko Hiše že skoraj 15 let izkušenj z mednarodnim poslovanjem, ne dvomim, da ne bodo kos tudi finskemu trgu.

LITERATURA IN VIRI

1. Adeo. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://adeo.si/>.
2. Almy, R. (2001, marec). *A survey of property tax systems in Europe*. Najdeno 2. avgusta 2011 na spletnem naslovu [http://www.agjd.com/EuropeanPropertyTax Systems.pdf](http://www.agjd.com/EuropeanPropertyTax%20Systems.pdf)
3. CFE – Real estate tax in Denmark. Najdeno 2. avgusta 2011 na spletnem naslovu <https://www.cfe-eutax.org/taxation/real-estate-tax/denmark>
4. CIA. (2011a). *The world factbook, Denmark*. Najdeno 29. julija 2011 na spletnem naslovu <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/da.html>
5. CIA. (2011b). *The world factbook, Finland*. Najdeno 30. julija 2011 na spletnem naslovu <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fi.html>
6. Coilmill. Najdeno 20. julija 2011 na spletnem naslovu <http://coilmill.com/>
7. Copenhagen Portal. (2011). *Travellers Tourism Website and Cultural Guide – Transport*. Najdeno 20. avgusta 2011 na spletnem naslovu 2011 <http://www.copenhagenet.dk/CPH-Transport.htm>
8. Debeljak, Ž., & Prašnikar, J. (1998). *Ekonomski modeli za poslovno odločanje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
9. Denmark, Country profile. Najdeno 25. julija 2011 na spletnem naslovu <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Denmark>
10. Denmark in figures. Najdeno 15. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.dst.dk/pukora/epub/upload/13449/dkinfig.pdf>
11. Dyrbol, S., & Aggerholm, S. (b.l.). Implementation of the EPBD in Denmark. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.epbd-ca.org/Medias/Pdf/2_CO_EPBD_DK.pdf
12. Energy Styrelsen. (2009, februar). »*The Danish Example*« - *The way to an energy efficient and energy friendly economy*. Najdeno 26. julija 2011 na spletnem naslovu [http://www.ens.dk/en-US/policy/danish-climate-and-energy-policy/behind-the-policies/TheDanishExample/Documents/The%20Danish%20Example%20Engelsk%20FI%20NAL%20200209%20vs2_final.pdf](http://www.ens.dk/en-US/policy/danish-climate-and-energy-policy/behind-the-policies/TheDanishExampleEngelskFI%20NAL%20200209%20vs2_final.pdf)
13. Euromonitor. (2011). Najdeno 25. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.portal.euromonitor.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/Portal/Pages/Analysis/AnalysisPage.aspx>
14. Eurostat. (2011). Najdeno 3. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
15. Evro. (2011). Evro – za vse nas – pogosta vprašanja – splošno o Evru. Najdeno 3. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.evro.si/pogosta-vprasanja/splosno/>
16. *Facts about Helsinki*. Najdeno 21. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.hel2.fi/tietokeskus/julkaisut/pdf/11_05_23_Taskutilasto_11_eng.pdf
17. *Finland, Country profile*. Najdeno 25. julija 2011 na spletnem naslovu <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Finland>
18. *Finland, Environment – housing*. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.environment.fi/>
19. *Finland, Environment – land use and building*. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.environment.fi/>

20. Finnish science and technology information service – R&D expenditure. Najdeno 6. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.research.fi/en/resources/R_D_expenditure/GDP_share_of_RD_expenditure_in_certain_countries
21. Forestry Department. (b.l.). FAO Corporate document repository. *Rates of return and profitability*. Najdeno 21. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.fao.org/DOCREP/003/X8423E/X8423E10.htm>
22. Global property guide. (2011a). *Denmark*. Najdeno 2. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.globalpropertyguide.com/Europe/Denmark>
23. Global property guide. (2011b). *Finland*. Najdeno 2. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.globalpropertyguide.com/Europe/Finland>
24. Green Labs DK. (2010, June). *Call for applications for Green Labs DK 2010-2011*. Najdeno 26. julija 2011 na spletnem naslovu http://www.ens.dk/da-DK/NyTeknologi/greenlabs/indkaldelser_af_ansoegninger/Documents/Call_for_applications.pdf
25. Haagerup, C. D. (2009). *Tobin's q for Danish single – family houses*. Danish Building Research Institute, University of Aalborg. Glasgow: ISA International Housing Conference, 2009.
26. Haakana, M. (2011). *Implementation of the EPBD in Finland – Status in November 2010*. Ministry of the Environment. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.epbd-ca.org/Medias/Pdf/country_reports_14-04-2011/Finland.pdf
27. Hollensen, S. (2004). *Global marketing - a decision oriented approach*. New York: Prentice Hall.
28. Honkarakenne Oyj. (2003). *Annual Report*. Najdeno 11. september 2011 na spletnem naslovu <http://web.lib.hse.fi/FI/yrityspalvelin/pdf/2003/Ehonkarakenne2003.pdf>
29. Horvat, M. (2011, 4. marec). Protekcijonizem ali sožitje? *Mladina*. Najdeno 2. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.mladina.si/tednik/201109/protekcijonizem_ali_sožitje_
30. *Itim International – Geert Hofstede cultural dimension*. An international consulting organization utilizing Prof. Hofstede's concept. Najdeno 5. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php
31. Izvozno okno. (2011a). Danska – Podatki o državah. Ministrstvo za ekonomske odnose in razvoj. Najdeno 15. julija 2011 na spletnem naslovu http://www.izvoznookno.si/Drzave/Vse.aspx?id_menu=2
32. Izvozno okno. (2011b). Finska – Podatki o državah. Ministrstvo za ekonomske odnose in razvoj. Najdeno 15. julija 2011 na spletnem naslovu http://www.izvoznookno.si/Drzave/Vse.aspx?id_menu=2
33. Jaklič, M. (2002). *Poslovno okolje podjetja*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
34. Junnonen, J. M., & Lindstedt, T. (b.l.). Energy efficiency of existing apartment buildings in Finland. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://bes.tkk.fi/en/research/current_projects/apnhr_lindstedt_2010/
35. *Kompass*. Najdeno 9. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.kompass.com/?_redirectState=false.

36. Kristensen, H. (2007). Centre for Housing and Welfare – Realdania Researc. *Housing in Denmark*. Najdeno 19. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://boligforskning.dk/sites/default/files/Housing_130907.pdf
37. *Kwintessential – language, culture, customs and etiquette*. Najdeno 6. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.kwintessential.co.uk/resources/global-etiquette/finland-country-profile.html>
38. Makovec Brenčič M., Lisjak, M., Pfajfar, G., & Ekar, A. (2006). *Mednarodno poslovanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
39. McKinsey & Company. (2010, november). *Creating economic growth in Denmark through competition*. Najdeno 22. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.stm.dk/multimedia/Creating_Economic_Growth_in_Denmark_Through_Compensation.pdf
40. Muller, A. (2005, februar). *Property taxes and valuation in Denmark*. Danish Ministry of Taxation. Najdeno 2. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://people.plan.aau.dk/%7Eest/Valuation/AM%20Dkcountry05EN.doc>
41. National Heritage Board. (2003). *Traditional building materials of the baltic sea region*. Najdeno 22. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://balticheritage.raa.se/reports/traditional-building.pdf>
42. Norris, M., & Shiels, P. (2004, november). Department of the Environment, Heritage and Local Government Ireland. *Regular national report on housing developments in european countries*. Najdeno 22. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.environ.ie/en/Publications/DevelopmentandHousing/Housing/FileDownload_2453,en.pdf
43. Odyssee & Mure. (2011, maj). *Energy Efficiency Profile: Denmark*. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.odyssee-indicators.org/publications/country_profiles_PDF/dnk.pdf
44. OECD. (2011). Centre for tax policy and administration. Taxing wages: Country note for Denmark. Najdeno 4. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.oecd.org/document/47/0,3746,en_2649_34533_47423855_1_1_1_1,00.html
45. Overseas real estate. *Buying real estate in Denmark*. Najdeno 21. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.real-estate-european-union.com/english/denmark.html>
46. Porter, E. M. (2008, januar). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review.
47. Riko Hiše. (2011a). Kako do Riko Hiše. Najdeno 6. septembra 2011 na spletnem naslovu <http://www.riko-hise.si/si/kako-do-riko-hise/izvedba>
48. Riko Hiše. (2011b). Načela Riko gradnje. Najdeno 23. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.riko-hise.si/si/nacela-riko-gradnje/konstrukcijski-sistemi-riko>
49. Riko Hiše. (2011c). Podjetje. Najdeno 23. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.riko-hise.si/si/podjetje/predstavitev>
50. Riko Hiše. (2011d). Produkti in rešitve. Najdeno 23. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.riko-hise.si/si/produkti-resitve>
51. Riko Hiše. (2011e). Riko v svetu. Najdeno 23. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.riko-hise.si/si/riko-v-svetu>

52. Rode, E. (2002). Davek na nepremičnine v državah članicah EU. *Naše gospodarstvo*, 48(1/2), 132–147.
53. Skifter Andersen, H. (2010, december). *Country report for Denmark*. Danish building research institute, Aalborg University. Najdeno 22. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://blogs.helsinki.fi/nodesproject/files/2010/12/Denmark.pdf>
54. Slovenska tiskovna agencija. (2010, 21. avgust). Finska je zvišala gospodarske napovedi. *Finance*. Najdeno 3. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.finance.si/287312/Finska_je_zvi%20ala_gospodarske_napovedi
55. Slovenska tiskovna agencija. (2011, 4. junij). Danska spet v recesiji. *Finance*. Najdeno 3. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.finance.si/314372/Danska_spet_v_recesiji
56. *Statistics Denmark*. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.dst.dk/homeuk.aspx>
57. *Statistics Finland*. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.stat.fi/index_en.html
58. Statistični urad Republike Slovenije. (b.l.). SKD – Standardna klasifikacija dejavnosti 2008. *Publikacije*. Najdeno 1. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/doc/pub/skd.pdf>
59. Sustainable cities. (2011). City facts. Najdeno 1. septembra 2011 na spletnem naslovu <http://sustainablecities.dk/en/city-projects/cases/copenhagen-pocket-parks-a-drop-of-urban-green>
60. TalkTalk. (2011). Encyclopaedia and country facts, Finland. Najdeno 21. avgusta 2011 na spletnem naslovu <http://www.talktalk.co.uk/reference/encyclopaedia/countryfacts/finland.html>
61. TISPOL – European Traffic Police Network. (2011, 5. april). *A guide to driving in Denmark*. Najdeno 20. avgusta 2011 na spletnem naslovu <https://www.tispol.org/guides/denmark.pdf>
62. Toimiala Infomedia. (2002). Najdeno 10. septembra 2011 na spletnem naslovu http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/92/Puutalojen_ja_rakennuspuusepantuotteiden_valmistus.pdf
63. Vaattovaara, M., Vilkkama, K., Yousfi, S., Dhalmann, H., & Kauppinen, T. M. (2010, december). *Country report for Finland*. Department of geosciences and geography, University of Helsinki. Najdeno 22. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://blogs.helsinki.fi/nodesproject/files/2011/01/Finland_final.pdf
64. *Veleposlaništvo Finske*. Najdeno 25. julija 2011 na spletnem naslovu <http://www.finland.si/public/Default.aspx?culture=sl-SI&contentlan=29>
65. Viitanen, K., Palmu, J., Kasso, M., Hakkarainen, E. & Falkenbach, H. (2003). *Real estate in Finland*. Institute of Real Estate Studies. Helsinki University of Technology: Espoo 2003.
66. *Weather Online*. Najdeno 1. oktobra 2011 na spletnem naslovu <http://www.weatheronline.co.uk/reports/climate/Denmark.htm>
67. *Wood town studio – Sociotechnical facts*. Najdeno 1. septembra 2011 na spletnem naslovu <http://www.tkk.fi/Yksikot/YKS/fin/opetus/kurssit/puukaupunki/ohjelma.htm>

68. *Worldbank*. Najdeno 1. septembra 2011 na spletnem naslovu <http://data.worldbank.org/indicator/EN.URB.LCTY.UR.ZS>
69. WTO. (2011). Trade topics. Najdeno 9. avgusta 2011 na spletnem naslovu http://www.wto.org/english/tratop_e/tratop_e.htm

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Proaktivni in reagibilni motivi mednarodnega poslovanja podjetij v splošnem in vpliv motivov na podjetje Riko Hiše.....	1
Priloga 2: Opredelitev panoge dejavnosti proizvodnja montažnih objektov po klasifikaciji SKD in NACE	2
Priloga 3: Vrednost uvoza montažnih hiš na Dansko za leta 2006-2010 (merjeno v 1000 EUR)	3
Priloga 4: Vrednost uvoza montažnih hiš na Finsko za leta 2006-2010 (merjeno v 1000 EUR)	5
Priloga 5: Vrednost skupnega uvoza montažnih hiš na Dansko in Finsko za leta 2006-2010 (v 1000 EUR)	7
Priloga 6: Faze izvedbe objekta	8

Priloga 1: Proaktivni in reagibilni motivi mednarodnega poslovanja podjetij v splošnem in vpliv motivov na podjetje Riko Hiše

Tabela 1: Proaktivni in reagibilni motivi mednarodnega poslovanja podjetij v splošnem in vpliv motivov na podjetje Riko Hiše

Proaktivni motivi		Reagibilni motivi	
V splošnem	Vpliv na Riko Hiše	V splošnem	Vpliv na Riko Hiše
Dobiček	DA	Konkurenčni pritiski	DA
Nagnjenost menedžmenta k mednarodnemu poslovanju	DA	Domači trg: zasičen, majhen, v zatonu	NE
Tehnološke sposobnosti	DA	Presežna proizvodnja, nezasedene kapacitete	NE
Edinstveni proizvod	NE	Nenadejana tuja naročila	NE
Internacionalizacija kot strategija Rasti	DA	Podaljševanje prodaje sezonskim izdelkom	NE
Tržne priložnosti na tujih trgih	DA	Bližina kupcev (psihološka razdalja) in logističnih centrov	NE
Ekonomija obsega in prihrankov	NE	Spremembe prej restriktivnih predpisov	NE
Davčne in druge vzpodbude	NE	Ugodna tečajna nihanja	NE
Ekskluzivne informacije o tujih trgih	NE		
Druge konkurenčne prednosti podjetja (R&R, financiranje ipd.)	NE		

Vir: M. Makovec Brenčič et al., Mednarodno poslovanje, 2006.

Priloga 2: Opredelitev panoge dejavnosti proizvodnja montažnih objektov po klasifikaciji SKD in NACE

Tabela 2: Opredelitev panoge dejavnosti proizvodnja montažnih objektov po klasifikaciji SKD in NACE

		SKD	NACE
Kategorija/področje	C	Predelovalne dejavnosti	Manufacturing
Oddelek	16	Obdelava in predelava lesa, proizvodnja izdelkov iz lesa, plute, slame in protja, razen pohištva	Manufacture of wood and of products of wood and cork, except furniture; manufacture of articles of straw and plaiting material
Skupina	16.2	Proizvodnja lesenih, plutovinastih, pletarskih izdelkov	Manufacture of products of wood, cork, straw and plaiting material
Razred	16.23	Stavbno mizarstvo in tesarstvo	Manufacture of other builders' carpentry and joinery
Podrazred	16.230	<ul style="list-style-type: none"> – Proizvodnja lepljenih nosilcev in nosilcev povezanih s kovino – Proizvodnja lesenih izdelkov, potrebnih predvsem v gradbeništvu – Proizvodnja lesenih montažnih objektov in lesenih delov zanje – Proizvodnja lesenih rolet – Proizvodnja lesenih sten in pregrad (razen samostojnih) – Proizvodnja premičnih hišic – Skodel, letvic in okraskov iz lesa – Stavbno mizarstvo in tesarstvo – Stopnic, ograj, opažev – Tramovja in ostrešij – Vrat, oken, podbojev in pragov 	

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, SKD – Standardna klasifikacija dejavnosti, 2008; Eurostat, 2011.

Priloga 3: Vrednost uvoza montažnih hiš na Dansko za leta 2006-2010 (merjeno v 1000 EUR)

Tabela 3: Vrednost uvoza montažnih hiš na Dansko za leta 2006-2010 (merjeno v 1000 EUR)

Exporters	Imported value in 2006	Imported value in 2007	Imported value in 2008	Imported value in 2009	Imported value in 2010
World	79,656.24	57,472.45	65,488.06	29,142.49	33,645.18
Sweden	32,659.01	20,593.2	29,046.37	8,723.46	7,792.83
Germany	6,354.76	7,378.48	8,804.92	4,121.52	4,972.56
China	1,716.26	907.54	1,555.73	2,206.32	3,409.93
Netherlands	6,757.56	4,996.56	3,111.46	2,026.34	3,336.88
Finland	3,702.37	2,414.75	3,323.51	2,300.25	3,062.01
Belgium	1,381.12	1,370.06	1,413.68	1,205.34	2,801.44
Norway	2,297.36	1,220.51	3,647.7	415.16	2,369.93
United Kingdom	2,278.26	1,914.29	895.1	914.94	1,009.12
Latvia	745.09	383	1,347.07	596.57	922.52
Israel	581.9	34.29	93.79	64.53	875.07
Lithuania	1,220.32	420.94	685.77	521.29	845.7
Poland	11,372.98	6,445.41	2,094.69	803.8	741.78
Belarus	810.37	1,470.73	526.73	422.33	392.35
United States of America	1,771.98	1,045.42	633.44	383.61	267.34
France	73.24	787.16	2,145.67	435.96	152.87
Romania	491.95	370.6	342.55	168.5	143.84
Canada	298.51	217.4	205.26	129.07	131.04
Italy	130.55	279.41	384.68	775.83	119.74
Ireland	252.34	190.41	212.05	17.21	85.85
Japan	0	0	0	0	57.99
Turkey	126.57	113.81	0	53.06	38.41
Greece	20.7	38.67	124.38	105.4	30.12
Spain	57.31	158.31	0	185.71	28.62

se nadaljuje

nadaljevanje

Russian Federation	47.76	8.75	0	0	15.06
Hungary	516.63	133.5	126.42	195.03	12.8
Austria	310.45	2,100.32	2,626.18	76.01	6.78
Bangladesh	0	0	0	0	4.52
India	0	0.73	0	0	4.52
Ukraine	127.37	86.81	27.19	38.72	3.77
Singapore	0	1.46	0	0	3.01
Bulgaria	0	0	0	0	2.26
Indonesia	0	11.67	1.36	0	1.51
Colombia	0	2.19	0	0	0
Czech Republic	227.67	685.76	65.25	15.77	0
Estonia	2,029.89	1,064.39	698.68	743.57	0
Faroe Islands	0	40.85	0	0	0
Hong Kong, China	6.37	22.62	0	0	0
Republic of Korea	0	0	0	76.01	0
Luxembourg	0	19.7	19.03	0	0
Chinese Taipei	0.8	0	0	0	0
Mongolia	0	4.38	0	0	0
Philippines	0	0.73	0	0	0
Portugal	37.41	0	0	0	0
Viet Nam	0	64.93	2.04	2.15	0
Slovenia	1,221.92	463.98	1,108.52	1,417.58	0
South Africa	27.86	7.3	0	0	0
Switzerland	0	0	0.68	0	0
Thailand	0	0	216.13	0	0

Vir: WTO, Trade topics, 2011.

Priloga 4: Vrednost uvoza montažnih hiš na Finsko za leta 2006-2010 (merjeno v 1000 EUR)

Tabela 4: Vrednost uvoza montažnih hiš na Finsko za leta 2006-2010 (merjeno v 1000 EUR)

Exporters	Imported value in 2006	Imported value in 2007	Imported value in 2008	Imported value in 2009	Imported value in 2010
World	49,928.24	57,076.32	56,312.73	36,996.91	39,733.04
Sweden	37,178.11	36,918.65	37,680.02	24,456.66	21,464.93
Estonia	4,765.87	6,497.2	5,466.46	3,236.7	6,325.09
Czech Republic	368.57	251.69	3,227	2,598.54	3,254.79
Poland	4.78	1,065.84	1,456.5	803.8	1,893.23
Israel	279.41	91.19	355.46	643.9	1,093.47
Denmark	1,982.13	2,548.98	1,006.57	1,549.51	1,020.42
Germany	733.15	1,208.83	517.9	440.26	873.57
China	921.01	877.63	1,099	337.72	835.16
Austria	1,011.76	3,262.46	2,429.08	190.73	707.89
Norway	19.1	11.67	19.03	30.83	447.33
United Kingdom	226.07	567.58	400.32	193.6	386.33
France	167.17	117.45	447.21	275.34	330.6
Netherlands	728.37	1,944.2	292.25	514.83	272.61
Russian Federation	231.65	223.24	92.43	331.99	217.64
United States of America	308.86	368.41	360.22	129.78	166.43
Chinese Taipei	0	0	0	0	124.26
Italy	3.18	14.59	116.22	37.29	68.53
Switzerland	0	39.39	200.5	27.96	60.25
Latvia	11.14	46.69	54.37	159.18	57.23
Slovakia	0	0	0	0	39.91
Lithuania	102.69	152.47	290.89	0	35.39
Turkey	0	0	20.39	851.84	33.89
Morocco	0	0	0	0	14.31

se nadaljuje

nadaljevanje

Belgium	0	6.57	107.39	67.4	6.78
Spain	0	36.48	0	0	3.01
Bulgaria	0	0	0	0	0
Canada	3.18	151.74	0	109.71	0
Cuba	0	31.37	0	0	0
Hong Kong, China	0	0	0	0.72	0
Iceland	1.59	0	0	0	0
Republic of Korea	0	0	31.26	7.89	0
Lebanon	0	275.03	0	0	0
India	0	0	0	0	0
Singapore	0	1.46	0	0	0
Slovenia	879.62	365.5	641.59	0	0

Vir: WTO, Trade topics, 2011.

Priloga 5: Vrednost skupnega uvoza montažnih hiš na Dansko in Finsko za leta 2006-2010 (v 1000 EUR)

Tabela 5: Vrednost skupnega uvoza montažnih hiš na Dansko in Finsko za leta 2006-2010 (v 1000 EUR)

	2006	2007	2008	2009	2010
Danska	79656,24	57472,45	65488,06	29142,49	33645,18
Finska	49928,24	57076,32	56312,73	36996,91	39733,04

Vir: WTO, Trade topics, 2011.

Priloga 6: Faze izvedbe objekta

Tabela 6: Faze izvedbe objekta

Vrsta izvedbe	Navzven zaključen objekt	Delni ključ	Ključ v roke
Zunanji stenski elementi	DA	DA	DA
Notranji stenski elementi	DA	DA	DA
Strop nad pritličjem	DA	DA	DA
Strop mansarde	DA	DA	DA
Strešna konstrukcija	DA	DA	DA
Okna in balkonska vrata	DA	DA	DA
Vhodna vrata	DA	DA	DA
Zunanja senčila	DA	DA	DA
Strešna kritina in žlebovi	DA	DA	DA
Zunanja fasada	DA	DA	DA
Zunanje in notranje police	DA	DA	DA
Balkonska ograja	DA	DA	DA
Transport in avtodvigalo	DA	DA	DA
Montaža in gradbeni oder	DA	DA	DA
Talni estrihi	NE	DA	DA
Elektroinštalacije	NE	DA	DA
Vodovodna inštalacija	NE	DA	DA
Inštalacija centralnega ogrevanja	NE	DA	DA
Stikala in vtičnice	NE	NE	DA
Sanitarna oprema z armaturami	NE	NE	DA
Dobava in polaganje talnih oblog	NE	NE	DA
Slikopleskarska dela	NE	NE	DA
Notranja vrata	NE	NE	DA
Notranje stopnice	NE	NE	DA

Vir: Riko Hiše, Kako do Riko Hiše, 2011a.