



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Käyttäytymismalli onnistuneen businessuhteen luomiseen yri-
tystapaamisessa, fokus: Suomi & Yhdistyneet Arabiemiraatit

Jukka, Toni

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Käyttäytymismalli onnistuneen bisnessuhteen luomiseen
yritystapaamisessa, fokus: Suomi & Yhdistyneet Ara-
biemiraatit

Jukka, Toni
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2011

Sisällys

1	Tutkimussuunnitelma.....	7
1.1	Johdanto.....	7
1.2	Tutkimuksen lähtökohdat.....	9
1.3	Tavoitteet.....	10
1.4	Tutkimusongelmat.....	11
1.5	Tutkimuksen toteuttaminen.....	13
1.6	Tutkimuksen aikataulu.....	14
1.7	Toimintaympäristöt.....	14
1.8	Käytännön ongelmat.....	16
1.9	Tutkimusmenetelmät.....	18
1.10	Teoreettinen viitekehys työlle.....	18
1.10.1	Kirjallisuuslähteet.....	18
1.10.2	Internet lähteet.....	19
1.10.3	Omakohmainen kokemus.....	19
1.11	Aikaisemmat tutkimukset.....	20
1.12	Keskeiset käsitteet.....	20
1.12.1	Dispositio.....	20
1.12.2	Analyttinen tutkimusmenetelmä.....	20
1.12.3	Synteettinen tutkimusmenetelmä.....	20
1.12.4	Yhteisökulttuuri.....	20
1.12.5	Yrityskulttuuri.....	21
1.12.6	"Doing" - kulttuuri.....	21
1.12.7	"Being" kulttuuri.....	21
2	Suomen & Yhdistyneiden Arabimiraattien kulttuurit, bisnestapaaminen Lähi-idässä21	
2.1	Suomen kulttuurin ominaispiirteet.....	21
2.1.1	Yhteiskunnan hyvinvointi ja sen avainlukuja lyhyesti.....	22
2.2	Yhteisökulttuuriin liittyvä sosiaalinen käytös.....	24
2.2.1	Uskonto suomalaisessa yhteiskunnassa.....	25
2.2.2	Arvot suomalaisessa yhteiskunnassa.....	26
2.2.3	Tavat suomalaisessa yhteiskunnassa.....	27
2.2.4	Sosiaaliset trendit suomalaisessa yhteiskunnassa.....	28
2.2.5	Symboliikka suomalaisessa yhteiskunnassa.....	29
2.3	Yrityskulttuuri Suomessa.....	29
2.3.1	Käytös bisnestapaamisessa.....	32
2.3.2	SWOT.....	34
2.3.3	Vahvuudet.....	35
2.3.4	Heikkoudet.....	35
2.3.5	Mahdollisuudet.....	36

2.3.6	Uhat	37
2.4	Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurin ominaispiirteet	38
2.4.1	Geert Hofsteden analyysi Yhdistyneistä Arabiemiraateista, valta-, epävarmuudensieto-, maskuliinisuus-, sekä individualismi-indeksien mukaan	38
2.4.2	Yhteiskunnan hyvinvointi ja sen avainlukuja lyhyesti	39
2.5	Yhteisökulttuuriin liittyvä sosiaalinen käytös	40
2.5.1	Uskonto	40
2.5.2	Arvot	41
2.5.3	Tavat	42
2.5.4	Sosiaaliset trendit	42
2.5.5	Symboliikka	43
2.6	Yrityskulttuuri	43
2.6.1	Käytös bisnestapaamisessa	45
2.6.2	Arabivieras Suomessa	46
2.6.3	SWOT	47
2.6.4	Vahvuudet	48
2.6.5	Heikkoudet	48
2.6.6	Mahdollisuudet	49
2.6.7	Uhat	50
3	Kömmähdyksiä ja niistä toipuminen	51
4	Täydellinen käyttäytymismalli	52
4.1.1	Ennen kokousta	53
4.1.2	Kokous	53
4.1.3	Kokouksen jälkeen	55
5	Tutkimustulokset	55
5.1	Havainnot	57
5.2	Vastaukset	59
5.3	Johtopäätökset	60
5.4	Tulosten merkitys	61
5.5	Tulosten luotettavuus & yleistettävyys	62
5.6	Jatkotutkimus	62
	Lähteet	64
	Kuviot	66

Jukka, Toni

Käyttäytymismalli onnistuneen bisnessuhteen luomiseen yritystapaamisessa, fokus: Suomi & Yhdistyneet Arabiemiraatit

Vuosi

2012

Sivumäärä

66

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on verrata Suomen ja Yhdistyneitten Arabiemiraattien kulttuurien välisiä eroavaisuuksia, jotta voidaan ymmärtää molempiin kulttuureihin liittyvä sosiaalinen käyttäytyminen. Ideana on, että suomalaisen yrityksen edustaja kutsutaan Yhdistyneisiin Arabiemiraatteihin bisnesneuvotteluihin. Päättökäytännönä on luoda suomalaisen yrityksen edustajalle täydellinen käyttäytymismalli Yhdistyneisiin Arabiemiraatteihin, eli mitä Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuuriin ja käyttäytymiseen läheisesti liittyvää suomalaisen tulee ottaa huomioon, jotta bisnesneuvotteluissa toimitaan oikein käyttäytymisen suhteen. Lopputuloksena on tietenkin luoda onnistunut suhde näiden kahden yrityksen välille.

Työ suoritetaan teoreettisena tutkimuksena. Apuna käytetään kolmea eri kirjallisuuslähdettä ja lukuisia hyväksi ja luotettavaksi koettuja internet - lähteitä. Myös omakohtainen kokemus on tarpeen nostaa esiin, sillä maassa on tultu vierailtua ja oltu mukana myös bisnesneuvotteluissa. Luotiin niin sanottu päätöksongelma, jota pyrittiin ratkaisemaan, luomalla siihen liittyviä alatutkimusongelmia ja joita selvittämällä saatiin vastaus itse päätöksongelmaan. Vastauksia saatiin käyttämällä hyväksi lähteitä ja oman kokemuksen tuen nojalla pystyttiin pikku hiljaa ratkaisemaan tutkimusongelma.

Täydellistä käyttäytymismallia pyrittiin luomaan selvittämällä kullekin kulttuurille tyypillisiä ominaispiirteitä, kuten uskontoa, arvoja, normeja ja niin edelleen, joista johtopäätöksenä saatiin selkeä kuva, miten Yhdistyneissä Arabiemiraateissa ja Suomessa on tapana käyttäytyä, pyrittiin pääsemään sisään kulttuureihin mahdollisimman syvällisellä tavalla, jotta kyseisiä kulttuureja oikeasti pystyttiin ymmärtämään. Molemmille maille tyypilliset käytöksen piirteet kirjattiin ylös ja luotiin vertailutaulukko, joista selkeästi näkyvät eroavaisuudet. Kun selvitettiin molemmille maille tärkeimmät käytökseen liittyvät tekijät, pystyttiin näiden perusteella luomaan päätöksongelmaan ratkaisu, täydellinen käyttäytymismalli. Suomalaisen yrityksen edustaja käyttää hyväkseen tätä täydellistä käyttäytymismallia bisnestapaamisessa, sillä sen avulla uskotaan saavan aikaan positiivinen lopputulos.

Lopputuloksena päätöksongelma saatiin ratkaistua ja pystyttiin luomaan täydellinen käyttäytymismalli kyseiseen tilanteeseen. Suomalaisen yrityksen edustaja toimi luodun mallin mukaisesti. Lopputulos oli positiivinen, eli saatiin aikaan suomalaisen ja Yhdistyneitten Arabiemiraattien välisten yritysten välille bisneskumppanuus. Päästiin todella molempien kulttuurien sisään ja alettiin ymmärtää käytöstä, tästä syystä saatiin aikaan täydellinen käyttäytymismalli kyseiseen tilanteeseen. Lopputulosta ei voi verrata muihin kulttuureihin, sillä eri kulttuureissa on paljon eroavaisuuksia ja juuri sille kulttuurille tyypillisiä ominaispiirteitä, joita tulee taas erikseen tutkia. Kyseinen käyttäytymismalli ei varmastikaan toimi samoin tavoin jossain muussa kulttuurissa.

Lopputuloksesta voidaan päätellä, että suuristakin eroavaisuuksista huolimatta, avoimin mielin, rohkeasti ja kunnioittaen, pystytään tekemään yhteistyötä. Tulee olla molempipuolista arvostusta ja kunnioitusta, jotta toisen erilaista toimintaa voidaan ymmärtää. Kyseisellä ajatusmaailmalla pystyttäisiin ratkomaan muitakin ongelmia globaalisti.

Asiasanat kulttuuri, arvot, käytös, päätöksongelma, täydellinen käyttäytymismalli

Jukka, Toni

A behavioral model for a successful business relationship, focus: United Arab Emirates & Finland

Year 2012

Number of pages 66

The aim of this thesis was to study how two completely different countries, both countries including two unique cultures and ways to behave, can create a successful business relationship between them. The idea was that a Finnish company's representative was sent to the United Arab Emirates, into a business meeting, in purpose of creating a business relationship between the two companies. The focus is on how the Finnish representative is to behave in the business meeting, taking into consideration the different culture and aspects related to it, so behaviour can be modified to avoid any mistakes that may be fatal, in terms of the business relationship, so in a word, create a perfect behavioural model for the subject at hand. The main research problem was how a successful business relationship can be founded between two companies, who are surrounded in completely different environments. The way to solve the main subject of study was to create several questions, one main question and several so called "sub" questions, by which solving, would eventually lead to the problem of the thesis to be solved.

The research methods of this thesis were from own experience, 3 different books and several internet sources. Reliable source materials were utilized to help solve the main question, related to the research issue and then cross reference one's own personal experience from the matter at hand, and thus the source material and its accuracy could be identified. It's a very practical way of really identifying the source material and of finding out how the own experiences of the subject were really comprehended.

Thanks to good source material, the main problem of the thesis was solved. The main research outcome, was that a perfect behavioural model can actually be created in this situation, by taking into consideration the United Arab Emirates, culture, values, religion and thus, giving the tools to actually create the behaviour model. The end result was that applying these features, a behaviour model was created by the Finnish company's representative in the meeting, resulting in a business relationship with the company from the United Arab Emirates. The key features of both cultures were noticed and thus the solution to the main research problem could be created.

The end result cannot be universally applied to every culture. Every culture has its own features that must be taken into consideration, so the behaviour model from this culture, cannot be applied to the next one. The end result, shows however that no matter how distant is the possible collaborator, a joint venture can be made and this does not include only business but with an open mind, mutual respect and commitment, a relationship can be founded, even though the big differences. One has to adapt and adjust ones behaviour and no matter what the issue, a successful relationship can be founded. The solution of this thesis cannot be universalised, it only applies to the problem subject of this thesis, and it cannot for example be used to other cultures the same way because each culture has its own characteristics, different behavioural norms and methods. There is no one universal way to act that works everywhere and that's what makes cultures unique.

Key words culture, values, behavior, main research problem, perfect behavioral model

1 Tutkimussuunnitelma

1.1 Johdanto

Kansainvälisessä liiketoiminnassa kulttuurilla on suuri merkitys. Se muokkaa jo syntymästä asti ihmisen ajattelumaailmaa ja täten vaikuttaa siihen, miten yksilö havainnoi, aistii ja näkee asiat. Vallinnoivasta ympäristöstä saa helposti vaikutteita, mutta tärkeintä on pystyä jäsentelemään ympäristöä ja luomaan omat käsitykset ja johtopäätökset. Kasvatuksestahan kaikki lähtee liikkeelle, pyritään heti syntymästä asti erottelemaan mikä on oikeaa tai väärää, hyvää tai pahaa. Aivojen kehittyessä pystytään tekemään omat johtopäätökset ja muokkaamaan tätä kautta omaa käytöstä sekä toimintaa. Kaikilla tätä mahdollisuutta ei ole ja moni pakotetaan ottamaan omakseen tietty uskomus, mutta monilla on mahdollisuus muokata omaa ajatusmaailmaansa ja tehdä omat johtopäätökset.

On paljon erilaisia kulttuureja ja siitä, minkälainen ympäristö on ja miten olemme pystyneet luomaan "omakuva", vaikuttaa ratkaisevasti ajattelutapa esimerkiksi käytöksestä, arvoista, etiikasta. Tulee olla moniulotteinen ja pystyä ymmärtämään omien tapojen ja kulttuurin lisäksi vieraat, tuntemattomat ja joskus jopa hieman pelottavilta vaikuttavat kulttuurit. Erilaisuutta ei tule vieroksua ja tämä pätee kansainvälisessä liiketaloudessa, sillä toisen toimintaa pitää osata ymmärtää ja kunnioittaa, jotta pystytään laajentamaan toimintaa ja luomaan onnistuneita kansainvälisiä kytköksiä. Kunnioitus ja ymmärrys tulee olla molemminpuolista. Ilman keskinäistä kunnioitusta ja ymmärrystä yhteistyö ei ole kannattavaa.

Yhteistyötä pystytään tekemään ja kontaktissa voidaan olla teknologian kehittymisen myötä nykyään entistä helpommin ja vaivattomammin suuristakin etäisyyksistä huolimatta. Puhelin, sähköposti ja videokonferenssit ovat oivia työkaluja kansainvälisessä liiketoiminnassa yhteyksien ylläpitämiseen. Mikään ei kuitenkaan korvaa kasvojen tapaamista ja asioista sopimista henkilökohtaisesti, paikan päällä. Tämä mahdollistaa sen, että pystytään hoitamaan paljonkin asioita kerralla, huomaamaan toisen reaktiot heti ja suhteuttamaan toimintaa mahdollisesti niiden mukaan ja luomaan henkilökohtainen suhde, jossa pyritään tekemään liiketaloutta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti.

Geert Hofsteden mukaan, kulttuuri voidaan määritellä kahdella eri tavoin.

Ensimmäisessä versiossa kulttuurin tyypillisin merkitys on sivilisaatio, joka sisältää koulutuksen, tavat, taiteet, käsityön ja näiden tuottamat tuotteet.

Toinen tapa tulkita kulttuuria nousee esiin sosiaalisesta antropologiasta. Se viittaa lähinnä tapaan, miten ihmiset tuntevat, ajattelevat ja toimivat. Yksinkertaistettuna voidaan sanoa, että tämä tulkinta toimii sosiaalisen toiminnan kirjoittamattomana sääntönä.

Kulttuurihan on tuhansien vuosien evoluution tulosta ja suurimman osan tästä ajasta, kilpailu muodossa tai toisessa, on ollut tärkeä tekijä. Muun muussa tästä johtuen sosiaaliset ja älylliset taidot ovat kehittyneet. Kulttuuri liittyy läheisesti kollektiivisuuteen, moraaliin ja esimerkiksi tunteisiin, se vaikuttaa niin meidän henkilökohtaiseen elämään kuin myös ammatilliseen elämäämme. Kulttuuri antaa edellytykset yhteisölle toimia sujuvasti yhdessä.

Kansallisella tasolla, nykypäivänä maailman väkiluku on jakautunut noin 200 eri kansakuntaan ja näiden kansakuntien vertaamisesta onkin tullut osa sosiaalisia tieteitä. Jotkut kansat ovat esimerkiksi homogeenisempiä kuin toiset ja jotkut kulttuurillisesti samanlaiset alueet kuuluvat poliittisesti eri kansoille. Tutkimukset ovat osoittaneet, että kulttuurit eroavat erityisesti kunkin kulttuurin kansan tiedostamattomista ja tiedostetuista arvoista. Kansallisten kulttuurien ulottuvuudet ovat iskostuneet syvälle tiedostamattomiin arvoihin

Organisaatiotasolla organisaatiokulttuurit erottavat eri organisaatiot toisistaan saman maan sisällä. Tutkimukset osoittavat, että organisaatiokulttuurit eroavat pääosin käytännön tasolla. Kansalliset kulttuurit kuuluvat antropologiaan, kun taas organisaatiokulttuurit sosiologiaan. Organisaatiokulttuurit ovat jokseenkin hallittavassa, kun taas kansalliset kulttuurit ovat annettuja faktoja organisaation hallitsemiseen.

Ammatillisella tasolla on paljon yhteisiä symboleja, rituaaleja organisaatiokulttuurin kanssa, mutta ne usein viittaavat jonkin tietyn arvon tai vakaumuksen ylläpitämiseen. Tässä suhteessa ammatillinen kulttuuri tekee jalanjäljen kansallisen- ja organisaatiokulttuurin väliin, se sisältää tunnusomaisia piirteitä niin kansalliselta kuin myös organisaatiotasolta.

Kulttuurin tulevaisuudesta puhuttaessa yhteisten kollektiivisten asioiden, kuten internetin olemassaolosta huolimatta, ei ole silti vielä pystytty luomaan mitään globaalia "kyläyhteisökulttuuria". Maat ovat varallisuuden kasvaessa siirtymässä yhä itsenäisemmiksi, varallisuuserot alkavat olla yhä suuremmat ja tämä osoittaisi johtavan kulttuurien eroavaisuuksien kasvuun. Maailmanlaajuiset ongelmat, kuten ympäristö-, taloudelliset ja ruokaongelmat tulisivat ja ne voidaan vain selvittää ja ratkaista yhteisvoimin. Vaikka ongelmat saataisiin selvitettyä, maiden välillä silti ovat kulttuurieroavaisuudet. Väärin ideologioiden, ennakkokäsitysten perusteella jostain ryhmästä, voidaan virheellisesti leimata koko kulttuuri, tämä on tuhoisaa. On tunnistettava uhat ja pyrittävä vastaamaan niihin yhteisvoimin. (Hofstede, 2011). Geert Hofsteden analyysiä Yhdistyneistä Arabiemiraateista tullaan käyttämään työssä myös hyväksi.

Kulttuuria on ollut aikojen alusta lähtien ja se voi vaihdella todella radikaalistikin. Kansoilla on omat perinteet, tavat, arvot, normit, käytänteet, uskonto, jotka kaikki vaikuttavat ihmisten näkemyksiin. Kulttuuri näkyy niin arkisessa jokapäiväisessä katukuvassa, kuin myös bisnestä tehdessä. Kansoihin on iskostunut ja siirtynyt sukupolvelta toiselle tyypillinen tapa, joka koetaan oikeaksi. Vieraan tavan ymmärtäminen ja sen kunnioittaminen pelaa ratkaisevaa roolia uusien suhteiden hankinnassa liikemaailmassa. Hyvä että on paljon erilaisuutta ja uusia tapoja, sillä jos kaikki olisimme samanlaisia, maailma olisi tylsä paikka.

1.2 Tutkimuksen lähtökohdat

Valitaan kaksi tutkimuskohdetta, Suomi ja Yhdistyneet Arabiemiraatit ja pyritään vertaamaan näiden kahden kulttuurien välisiä eroavaisuuksia, jotta pystytään tunnistamaan niille ominaisia käytökseen liittyviä piirteitä. Tutkimuksen lähtökohdaksi on se, että kahden kansainvälisen yrityksen välillä järjestetään bisnestapaaminen keskenään, suomalaisen yrityksen edustaja lähetetään Lähi-itään, Yhdistyneisiin Arabiemiraatteihin, mahdollisesti tulevan yhteistyökumppaniyrityksen pääkonttoriin, täysin vieraaseen maaperään bisnesneuvotteluun. Suomalaisen yrityksen edustaja ei ole täysin tietoinen, miten maassa on tapana toimia ja hän pyrkii selvittämään, mitä tyypillisiä piirteitä Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on, kun mennään yritystapaamiseen.

Lähtökohdaksi on se, että suomalaisen yrityksen edustaja on jo tutustunut ja tietoinen Yhdistyneissä Arabiemiraateissa sijaitsevan yrityksen kaupallisesta toimintaympäristöstä, taloudellisesta toimintaympäristöstä ja juridisesta ympäristöstä. Taloudellisista luvuista ja kilpailuun liittyvistä asioista ollaan siis jo täysin tietoisia, keskitytään ainoastaan siihen, miten tulisi sosiaalisesti käyttäytyä itse tapaamisessa, eli keskitytään kulttuuriin, sosiaaliseen ympäristöön. Suomalaisen yrityksen edustaja uskoo, että kun tehdään laajaa tutkimustyötä Yhdistyneistä Arabiemiraateista ja pyritään pääsemään sen kulttuurin sisään mahdollisimman hyvin, on tämä avain onnistuneeseen tapaamiseen. Tavoitteena tapaamisissa on tietenkin tehdä kauppaa ja luoda mahdollisesti myös tulevaisuuden varalle yhteistyötä. Miten tähän tavoitteeseen päästään kyseisessä tapauksessa?

Yhdistyneet Arabiemiraatit sijaitsee Lähi-idässä, missä islam on pääuskonto ja sen merkitys näkyy laajalti kaikkialla toiminnassa Yhdistyneissä Arabiemiraateissa. Se näkyy jokapäiväisessä ihmisten arjessa, bisneksessä ja käyttäytymisessä. Suomalaisen yrityksen edustaja on länsimaisesta kulttuurista ja muokkautunut länsimaiseen ajattelumaailmaan, tapoihin ja kulttuuriin. Asia, joka koetaan länsimaissa täysin normaalina, voidaan vieroksua ja jopa paheksua muualla. Kulttuurit ovat uskonnosta lähtien täysin erilaiset ja molemmilla yrityksillä on erilainen arvomaailma. Tämän noteeraaminen ja oman käyttäytymisen ja toiminnan muokkaaminen tämän mukaan on avain menestykseen.

Tutkimuksessa pyritään vertailemaan Suomen ja Yhdistyneiden Arabiemiraattien sosiaalisen ja tietynlaisen käyttäytymiskulttuurien välisiä eroavaisuuksia ja tuomaan esiin niissä ilmeneviä mahdollisia ongelmia sekä niille ominaisia piirteitä. Näistä saatujen tulosten avulla luodaan täydellinen käyttäytymismalli, jota suomalaisen yrityksen edustaja soveltaa Yhdistyneissä Arabiemiraateissa bisnestapaamisessa, tavoitteena luoda onnistunut yhteistyökumppanuus. Tutkitaan/selvitetään muun muassa arvot, normit, uskonto, käytöstavat ja kun ne on selvitetty, pystytään mukauttamaan toimintaa niiden mukaan ja valmistautumaan ennakkoon tulevaan kohtaamiseen. Se antaa ammattimaisen kuvan yrityksestä ja luo hyvän ensivaikutelman, mikä on yksi oleellisimmista asioista onnistuneen suhteen luomiselle, se luo pohjan koko yhteistyökumppanuudelle. Tämän avulla pyritään voittamaan vastapuolen edustajan luottamus, mikä lopulta suurella todennäköisyydellä johtaa businessuhteeseen.

Kansainvälinen liiketalous on elinehto ja välttämättömyys jokaisen maan hyvinvoinnille. Oma-varaisuutta toki löytyy maista, mutta kaikkia tarpeita ei pystytä tyydyttämään ainoastaan omilla resursseilla. On oltavan kansainvälistä kysyntää ja tarjontaa, jotta pystytään tyydyttämään tarpeet ja varmistamaan hyvinvointia. Täysin omavaraisia valtioita, jotka eläisivät täysin itsenäisesti ilman vaihtoa, ei ole. Kysyntä ja tarjonta antavat mahdollisuuden tietyn hyödykkeen saantiin, mikä edesauttaa hyvinvointia.

Kyseinen opinnäytetyön aihe on valittu, sillä Yhdistyneet Arabiemiraatit kulttuurina kiehtoo, ja sekä maasta, että bisnestapaamisista Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on omakohtaista kokemusta. On mielenkiintoista tutustua kahden täysin eri kulttuurin omaavaan maahan sekä vertailla näiden kahden eri kulttuurin erottavia ominaispiirteitä. Omakohtaisen kokemuksen, kirjallisuuslähteiden ja internet - lähteiden perusteella pyritään havainnoimaan ja tekemään konkreettisia johtopäätöksiä, mitä oikeasti edellytetään, jotta pystytään luomaan onnistunut businessuhde, suomalaisen yrityksen ja Yhdistyneiden Arabiemiraattien yrityksen välisessä neuvottelutilanteessa kahden täysin erilaisen kulttuurin vallitessa.

1.3 Tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on luoda "täydellinen käyttäytymismalli", uusi toimintamalli jonka avulla pystytään luomaan pitkäikäinen ja tulokellinen yhteistyökumppanuus kahden täysin eri arvomaailmapohjan omaavan yrityksen välillä. Tätä täydellistä käyttäytymismallia luodaan jotta itse yritystapaamisessa suomalaisen yrityksen edustaja pystyy muokkaamaan omaa käytöstään sen mukaan, kun ollaan Yhdistyneissä Arabiemiraateissa paikan päällä kasvoitusten. Täydellisen käyttäytymismallin esittämällä pyritään ennaltaehkäisemään tulevan yhteistyön esteet, mahdolliset loukkaavat ja kohtalokkaat virheet tavatessa Yhdistyneissä Arabiemiraateissa yrityksen edustajia. Näin ollen luodaan hyvä ja välttämätön pohja yhteistyökumppa-

nuudelle, jossa otetaan huomioon vieraan kulttuurin eroavaisuudet. Kyse on kunnioituksesta toisen maan arvoa, perinteitä ja kulttuuria kohtaan.

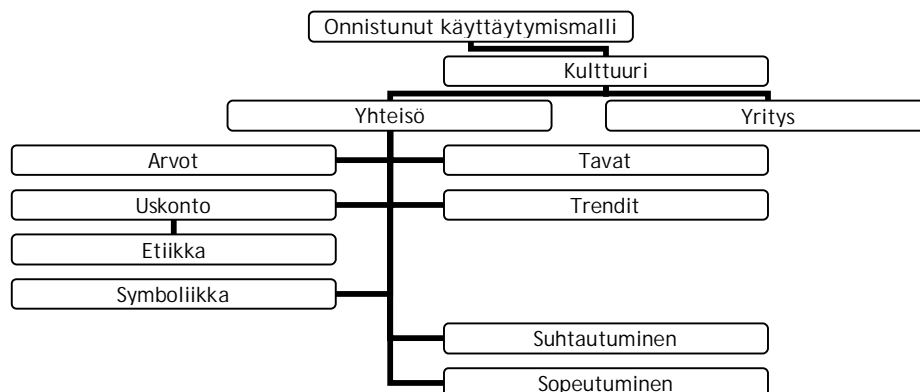
Täydellinen käyttäytymismalli luodaan ottamalla Suomalaiselle kulttuurille ja Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurille kuuluvat käyttäytymiseen liittyvät ominaisuudet huomioon. Kun on selvillä kulttuurien ominaisuudet, pystytään ennakoimaan ja sopeutumaan tilanteeseen vaaditulla tavalla ja siis luomaan oikeanlainen käyttäytyminen juuri kyseiseen tilanteeseen, mikä taas johtaa toivottuun lopputulokseen.

Pyritään kuvailemaan ja selvittämään mahdollisimman tarkasti mitä Yhdistyneiden Arabiemiraattien ja Suomen kulttuureille tyypillisiä piirteitä on ja miten ne eroavat toisistaan. Maiden kulttuurien näkyvimmistä eroavuuksista, ja niissä ilmenevistä vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista liittyen käyttäytymiseen, tehdään SWOT- taulukko. Vaikka Suomalaisen yrityksen edustajat ovatkin jo tehneet taustatyönsä taloudellisista luvuista, muutama oleellinen seikka tuodaan esille, jotta nähdään miten resurssit oikeasti eroavat toisistaan. Jokainen tutkimusongelma tullaan selittämään, vertailemaan ja analysoimaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti, jotta pystytään tekemään konkreettisia johtopäätöksiä, tavoitteena lopulta vastata päätutkimusongelmaan.

1.4 Tutkimusongelmat

Päätutkimusongelma jota pyritään selvittämään, on kysymys miten kahden täysin erilaisen arvomaailman omaavan yrityksen välille pystytään luomaan onnistunut ja pitkäjänteinen yhteistyökumppanuus?

Tästä sitten lähtee ajatuksia ja kysymyksiä liikkeelle, miten kulttuurille tyypilliset ominaisuudet vaikuttavat käyttäytymiseen? Miten niihin tulee suhtautua? Mitä hyötyä näiden ominaispiirteiden huomioon ottamisessa on? Miksi ne pitää ennen kaikkea ottaa huomioon? Miten niihin voidaan varautua ennakkoon?



Kuvio 1: Tutkimusongelman ratkaisu

Kun muut tutkimusongelmat on selvitetty, pystytään niistä saatujen vastausten perusteella päättämään myös ratkaisu päätutkimusongelmaan. Pääongelma siis on miten luodaan onnistunut käyttäytymismalli, tavoitteena bisnessuhteen syntyminen?

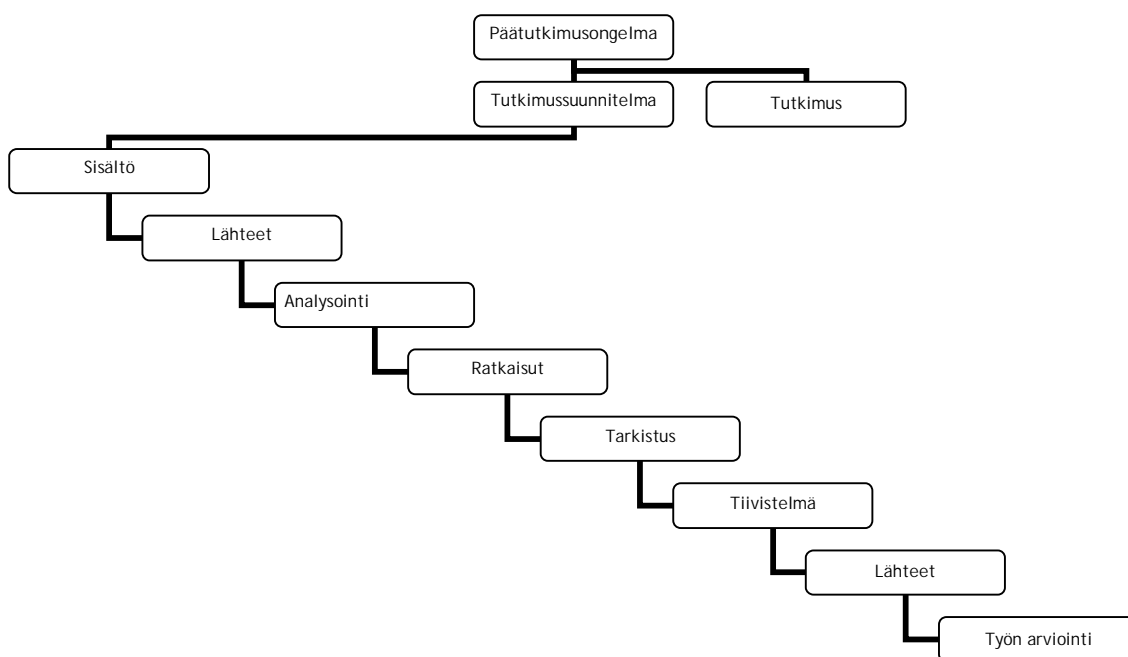
Kulttuuri on tärkein päätutkimusongelmaan vaikuttava tekijä. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa kulttuurilla on niin tärkeä rooli, että se näkyy myös luonnollisesti tavassa tehdä bisnestä. Kulttuurille tyypillisiä ominaispiirteitä ovat arvot, etiikka, tavat, normit, uskonto, symboliikka, suhtautuminen ja sopeutuminen.

Tavoitteena on siis ensimmäiseksi selvittää kyseisille kulttuureille tyypilliset ominaispiirteet, päästä kulttuuriin sisään ja sen kautta sopeuttaa omaa toimintaa suotuisaksi, jotta saadaan aikaan onnistunut suhde.

Kun kaikki tekijät on pyritty ottamaan huomioon ja sopeuttamaan toimintamalliaan niiden mukaan, onnistuminen on paljon todennäköisempää sillä se kertoo vastapuolen yrityksen edustajille, että kyseiseen tilanteeseen on todella satsattu aikaa ja resursseja. Tämä osoittaa kunnioitusta ja halua todellakin luoda toimiva suhde.

1.5 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimus toteutetaan täysin itsenäisesti ja sillä ei ole yhteistyöyrittystä. Tutkimus suoritetaan teoreettisena tutkimuksena, sekä omien kokemusten pohjalta saatujen tietojen perusteella. Tutkimuksessa tullaan käyttämään hyväksi lukuisia eri lähteitä, kirjallisuuslähteitä, internet-lähteitä, sekä omakohtaista kokemusta. Näiden lähteiden avulla pyritään selvittämään miten tutkimusongelma ratkaistaan. Etsimällä vastauksia tutkimusongelmaan liittyviin seikkoihin, luotettavia lähteitä hyväksikäyttämällä, pystytään havainnoimaan ja antamaan avaimet vastauksiin joiden avulla saadaan ratkaistua itse päätutkimusongelma.



Kuvio 2: Tutkimuksen toteuttamisen vaiheet

Tutkimuksessa edetään ensiksi luomalla päätutkimusongelma, eli juuri se asia johon työn tulee perustua ja jota tutkimussuunnitelman avulla pyritään alkaa selvittämään. Tutkimussuunnitelma on tavallaan suuntaviiva, minkä avulla saadaan vastauksia kysymyksiin miksi, mitä, milloin, miten? Tutkimussuunnitelman avulla näytetään mihin suuntaan ja millä tavoin työn on määrä edetä.

Päätutkimusongelman selvittyä ja tutkimussuunnitelman saatua vihreä valo, aletaan pohtia mitä työn tulee sisältää, miten pystytään saamaan vastaukset itse päätutkimusongelmaan, eli luodaan niin sanottuja sivututkimusongelmia, voidaan alkaa luomaan sisältöä.

Tämän jälkeen aletaan etsiä mahdollisia lähteitä työlle, luotettavia, työn päätutkimusongelmaan ratkaisemiseen auttavia lähteitä. Lähteiden avulla työhön saadaan materiaalia ja ratkaisuja ongelmiin joihin omat tieto taito kyvyt eivät riitä. Lähdemateriaalia tulee analysoida ja tulkita, ja täten siitä saadaan hyvä lisä työn sisältöön.

Kun hyviä lähteitä on löytynyt, voidaan alkaa etsimään ratkaisuja ja vastauksia sivututkimusongelmia selvittämällä itse päätutkimusongelmaan. Saatuja ratkaisuja ja vastauksia analysoidaan ja pyritään sijoittamaan ne oikeaan kontekstiin. Kun on saatu vastaukset vertailemalla, analysoimalla, ratkaisemalla ja etsimällä, voidaan ratkaista itse päätutkimusongelma.

Työn lopuksi, käydään oma työ monta kertaa läpi, pyritään löytämään mahdolliset virheet ja korjaamaan ne ja lopuksi tehdään vielä tiivistelmä työstä suomeksi ja englanniksi, jossa pyritään päästämään lukija nopeasti sisään mistä työssä on oikeastaan kysymys. Aivan loppuun merkataan käytetyt lähteet ja kun nämä kaikki vaiheet on tehty, työ voidaan lähettää eteenpäin arvioitavaksi.

1.6 Tutkimuksen aikataulu

Tutkimusta varten on suunniteltu aikataulu, jotta deadlineissa pysytään ja tärkeimmiten, itse pystytään myös seuraamaan miten työssä edetään.

Aiheen päättäminen 1.9.2011

Aiheen tarkempi rajaus 20.9.2011

Tutkimussuunnitelma 28.10.2011

Valmis opinnäytetyö 21.11.2011

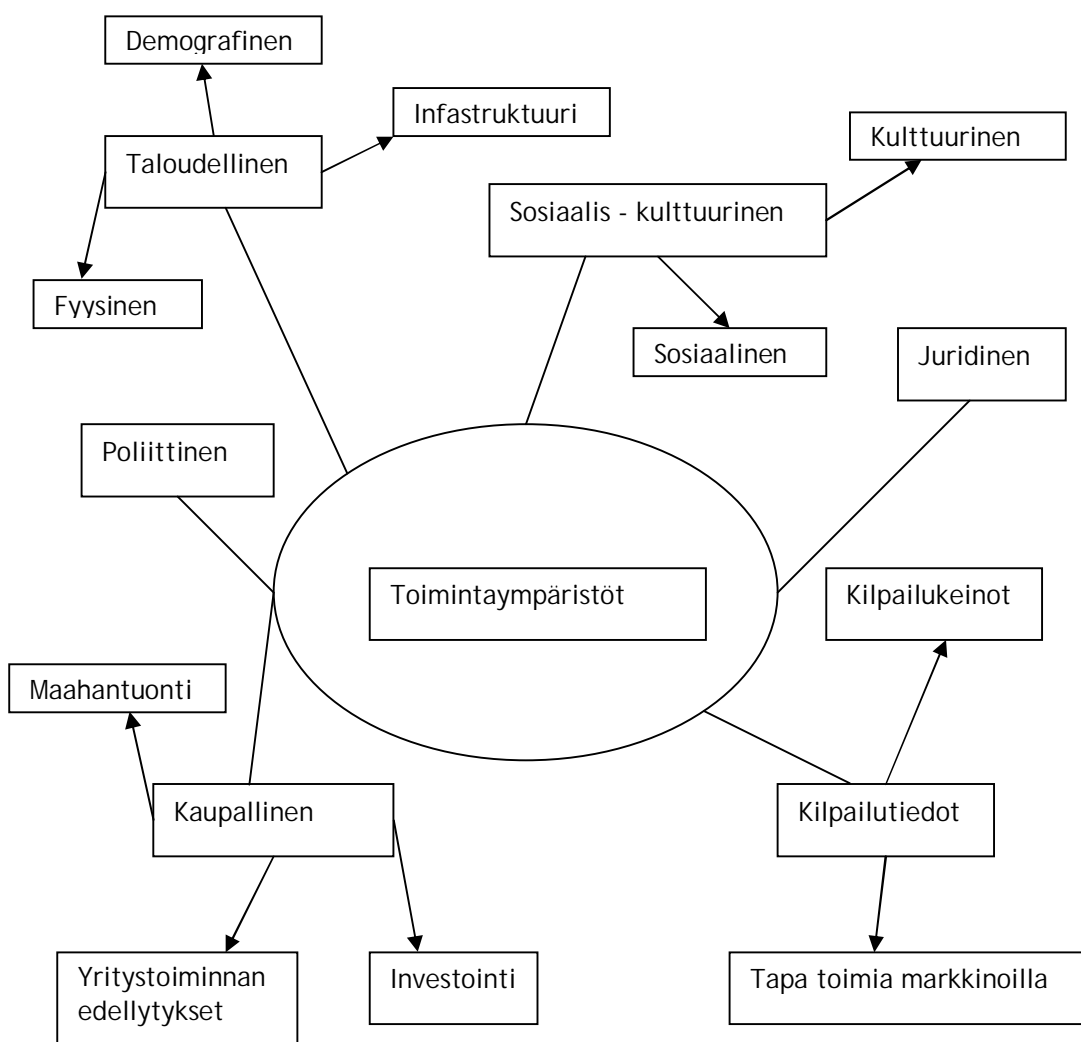
Opinnäytetyön palautus 21.11.2011

1.7 Toimintaympäristöt

Toimintaympäristön tunnistaminen ja ymmärtäminen on oleellinen osa yrityksen perustaa ja sen syvä tuntemus ja tietämys voi nousta jopa kilpailueduksi. Yrityksen on tunnistettava sen taloudellinen toimintaympäristö, sosiaalis- kulttuurinen ympäristö, kaupallinen ympäristö ja poliittinen ympäristö. Myös juridisen ympäristön tunteminen ja kilpailutietojen tunnistaminen on tärkeää. Näiden tietojen avulla suomalainen yritys on voinut tunnistaa ja analysoida Yhdistyneissä Arabiemiraateissa toimivan yrityksen bisnesympäristön. Yksityiskohdat, kuten taloudelliset lukemat ovat jo selvillä ja näiden tietojen pohjalta yrityksen edustaja pystyy valmis-

tautumaan ennakkoon jo paljon paremmin tapaamiseen ja siis kaikki taloudelliset luvut ja vastaavat lukemat on luonnollisesti oltava hallussa jos haluaa vakavissaan luoda uuden yhteistyökumppanuuden. Sosiaalis- kulttuurinen ympäristö ja siihen läheisesti liittyvät arvot, normit, uskonto ja siis kokonaisuudessaan kulttuurin tuntemus, on vielä selvittämättä.

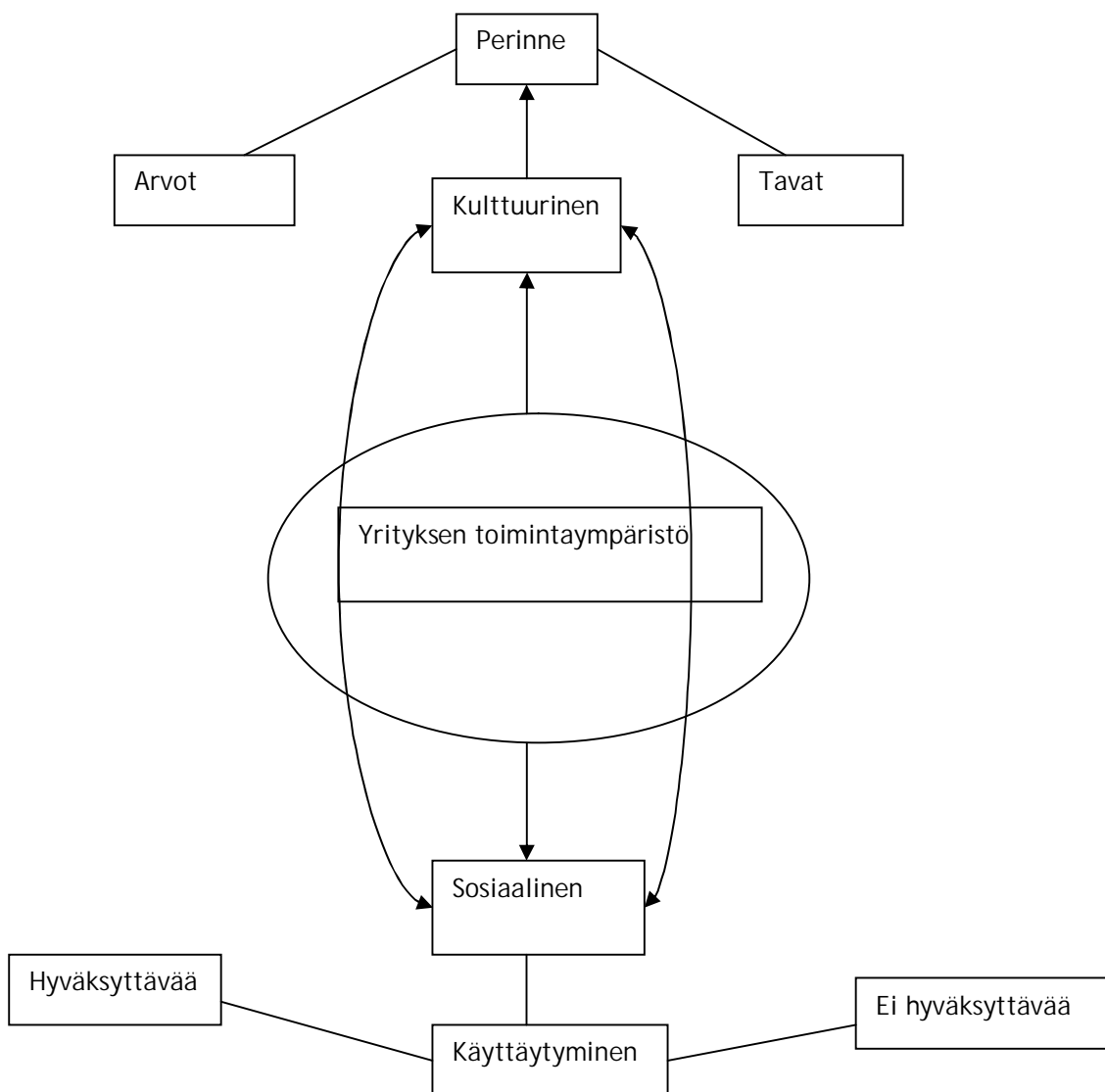
Vaikka kaikki taloudellisen toimintaympäristön, kaupallisen toimintaympäristön ja juridiset seikat ovat tiedostettuja, nämä kaikki ovat turhaa työtä jos itse tapaamisessa paikan päällä asiaa ei osata ilmaista oikein, kunnioittaen ja paikallista kulttuuria, uskontoa, arvoja ja normeja noudattaen. Vastapuolen yrityksen edustajat eivät ole välttämättä kiinnostuneita kuulemaan sanaakaan jos heti tapaamisen alussa loukataan jotakuta, tapaaminen voi siis yllättäen loppua hyvinkin lyhyeen.



Kuvio 3: Yrityksille tyypillinen toimintaympäristö (Säily, Kansainväliset toimintaympäristöt).

Suomalaisen yrityksen edustajan on oheista kaaviota hyväksikäyttämällä tunnistanut ja analysoinut Yhdistyneissä Arabiemiraateissa toimivan yrityksen bisnesympäristön.

Päätutkimusongelmaa selvitetessä tärkeintä on tutkia kulttuuriin ja siihen liittyviin käytöksen sosiaalisiin aspekteihin.



Kuvio 4: Yritysten toimintaympäristöt päätutkimusongelman ratkaisuun liittyen

1.8 Käytännön ongelmat

Tutkimuksessa ongelmana on luotettavien lähteiden löytäminen joiden avulla voidaan löytää vastauksia edellä mainittuihin ongelmiin. Lähteiden tulee olla luotettavia ja vastata päätutkimusongelmaan liittyviin kysymyksiin. Tutkimusongelmaa selvitetessä on tärkeää oikeiden lähteiden hyväksikäyttäminen. Paljon lähteitä käytettäessä ja yleisestikin ottaen kirjoittaessa tulee olla tarkkaavainen että tekstin sisältö vastaa itse aihetta. Internetistä erityisesti on

mahdollista löytää paljon lähteitä, joten pitää olla tarkkaavainen niin sisällön suhteen kuin itse lähteen luojan luotettavuuden suhteen.

Aikakysymys. Töille on asetettu tietyt deadlinet, miten varmistetaan että pysytään aikataulussa ja saadaan työ tehtyä ennalta sovittuun aikaan? Samalla kun käy töissä ja muutenkin yrittää viettää sosiaalista elämää, asiat pitää priorisoida ja pyrkiä keskittymään itse kuhunkin asiaan kerrallaan. Opinnäytetyötä kirjoittaessa tulisi sillä hetkellä keskittyä täysillä vain siihen, eikä mihinkään muuhun. Sama pätee esimerkiksi töissä. Näin varmistetaan että ei ole häiriötekijöitä jotka vaikuttavat työpanokseen ja täten mahdollisuudet saada onnistuneempi työ aikaan myös kasvaa. Vaikka onkin koulun antamat tietyt aikamääreet, hyväksi olisi myös itselle suunnitelma viikkoaikataulu miten työn tulee edetä, jotta asiat eivät jää viime hetkille ja se myös auttaa itse tekijää työn teossa, sillä myös omat aikamääreet antavat työn tekijälle tietyn tavoitteen, joka pitää saavuttaa joka viikko.

Tekstin ulkoasun tulee olla kunnossa. Tekstin tulee noudattaa Laurean standardeja. Oikeat asetukset tulee olla kohdillaan ja kielen on oltava oikeassa muodossa eikä esimerkiksi slangia saa ilmetä. Kieliopin suhteen pitää olla tarkkaavainen ja tekstin pitää muutenkin olla helposti ymmärrettävää, johdonmukaista ja sujuvaa. Sen pitää antaa lukijalle selkeä kuva työn sisällöstä.

Tekstin sisällön tulee vastata päätutkimusongelmaa. On mahdollista, että työhön saa paljonkin materiaalia ja varsinkin kun internet on käytössä, materiaalia on rajattomasti. Pitää olla huolellinen ja tarkkaavainen jotta materiaali ja sisältö vastaavat itse työtä. Sen pitää antaa vastaukset ja liittyä juuri työhön tarkoitettuihin ongelmiin. Tekstin pituudella ei ole merkitystä jos se ei vastaa itse työtä vaan menee aiheen sivusta.

Motivaatio. Työn pitää olla sellainen mikä aihealueeltaan oikeasti kiinnostaa työn tekijää. Jos se on valmiiksi annettu aihe mikä ei kiinnosta yhtään, työn tekeminen tulee olemaan todella tuskaista ja se voi jopa johtaa siihen että työ jää kokonaan tekemättä. Motivaatiota työn tekemiseen on paljon helpompi löytää kun aihe oikeasti myös kiinnostaa työn tekijää. Vahvasti motivoivia tekijöitä voi miettiä kun työtä alkaa tehdä ja kertoa ne konkreettisesti itselleen tai kirjata ylös. Valmistuminen koulusta työn tehtyä on esimerkiksi suuresti motivoiva tekijä.

1.9 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmänä työssä käytetään teoreettista tutkimusmenetelmää, omakohtaista kokemusta, sekä internet ja kirjallisuuslähteitä, joista suoritetaan analyttistä ja synteettistä tutkimusta, sekä pyritään luomaan uusi teoria, jonka avulla saavutetaan positiivinen lopputulos.

Teoreettisessa tutkimuksessa pyritään käyttämään omaa ajattelua, pohtimaan ja jäsentelemään omia ajatuksia, jatkamaan niiden kehittelyä ja lopulta tuomaan nämä ajatukset esille. Lähdemateriaaleja käytetään hyväksi ja niistä tehdään johtopäätöksiä ja ajatuksia, joista tekijä pyrkii luomaan ratkaisun päätutkimusongelmaan. Lähteistä tärkeimmäksi on nostettava esiin omakohtainen kokemus, sillä sen avulla nähdään konkreettisesti paikan päällä miten asiat etenevät ja hoituvat. Se auttaa ymmärtämään asioita paljon helpommin kuin mikään teksti. Pyritään analysoimaan tuloksia ja yhdistelemään yksittäisiä asioita suuriksi kokonaisuuksiksi. Tämä antaa paljon selkeämpiä vastauksia päätutkimusongelmaan.

Työssä etsitään ratkaisuja lukuisille ongelmille, ratkaistaan lukuisat ongelmat ja niistä saatujen tulosten avulla luodaan pohja päätutkimusongelmalle. Näitä ratkaisuja analysoimalla, yhdistämällä ja havainnoimalla voidaan luoda malli, jossa lopputuloksena kaikki tekijät huomioonottaen on päätutkimusongelman ratkaisu.

1.10 Teoreettinen viitekehys työlle

1.10.1 Kirjallisuuslähteet

Kirjallisuuslähteinä, työlle käytetään Geert Hofsteden *Culture and Organizations, Software of the Mind*, Rupert Haigh, *Business Brief: Finland*, ja Päivi Kari-Zein, *Bisneskohteena Arabimaat* kirjoja.

Geert Hofsteden *Cultures and Organizations, Software of the Mind* 2005, kirjan avulla pyritään selittämään kulttuurin merkitystä, sekä antamaan selkeä kuva miten kulttuuri ja kulttuurien eroavaisuudet voivat vaikuttaa toimintaan. Tästä saadun tiedon avulla pystytään ymmärtämään hieman paremmin kulttuurien eri ulottuvuuksia ja lopulta miten ne näkyvät toiminnassa.

Rupert Haigh, *Business Brief: Finland* 2003, kirjan avulla kerrotaan miten Suomessa on tapana tehdä bisnestä ja mitä ominaisia piirteitä suomalaisilla on, jotka vaikuttavat tapaan käyttäytyä ja ajatella. Pyritään tuomaan esiin luonteenpiirteiden vahvuuksia ja heikkouksia, sekä mitä ominaisia asioita kuuluu suomalaiseen bisneskulttuuriin. Tästä saatujen tietojen avulla,

pystytään luomaan lista suomalaiseen bisneskulttuuriin läheisesti liittyvistä ominaisuuksista ja täten selvittämään miten omaa toimintaa tulee muuttaa, jotta saadaan onnistunut lopputulos aikaan tutkimusongelmassa.

Päivi Kari-Zein, *Bisneskohteena Arabimaat 2003*, kirjan avulla pystytään tunnistamaan Yhdistyneille Arabiemiraateille tyypillisiä bisneskulttuuriin liittyviä ominaisuuksia ja piirteitä ja siis ymmärtämään mikä on kulttuurille ominaista käytöstä. Nämä selvitettyä pystytään luomaan lista Yhdistyneille Arabiemiraateille tyypillisistä käytökseen piirteistä ja täten pystytään tulkitsemaan miten Suomalaisen yrityksen edustajan tulee sopeuttaa toimintaa jotta väärinymmärryksiä tai loukkauksia ei synny.

1.10.2 Internet lähteet

Internet lähteinä työssä tullaan käyttämään luotettavia ja päätutkimusongelman selvittämiseen liittyviä sivuja. Internet tarjoaa loputtomia tiedonlähteitä, mutta tärkeintä niistä on valita se luotettavin ja juuri omaan aiheeseen liittyvä. Tullaan käyttämään hyväksi muun muassa tilastokeskuksen sivuja ja Yhdistyneiden Arabiemiraattien virallisten kotisivujen aineistoa.

Lähteissä ideana ei ole kirjoittaa suoraan sanasta sanaan mitä joku toinen on sanonut, vaan sen sisältöä voidaan käyttää apuna työssä itsenäisen pohdiskelun kautta ja siis tekstin analysointiin. Lähteitä voidaan käyttää hyväksi, jotta työhön saadaan enemmän sisältöä, mutta tärkeintä on itse pohdiskelu ja analysointi. Näitä asioita hyväksikäyttämällä ja yhdistämällä pystytään luomaan vakaa pohja itse päätutkimusongelmalle ja lopulta löytämään ratkaisu siihen. Omakohtaisia kokemuksia ja lähteitä hyväksikäyttämällä saadaan johdonmukainen ja hyvin informoiva teksti.

1.10.3 Omakohtainen kokemus

Arabiemiraateissa, Dubaissa on käyty kesällä 2011. Siellä ollessa pystyttiin havainnoimaan, näkemään, kokemaan bisnes toimintamallia ja siis miten käytännössä hommat hoituivat. Siellä pystyttiin havainnoimaan, minkälainen bisnes kulttuuri siellä vallitsi, miten asioita pyrittiin hoitamaan ja miten esimerkiksi uskonto vaikutti itse kaupantekoon. Omakohtainen kokemus on tärkeä osa työn lähdeluetteloa. Kun on itse kokenut ja nähnyt omin silmin, pystytään asioita paljon helpommin analysoimaan ja käsittämään. Koska on fyysisesti ollut paikan päällä, se auttaa myös muistamaan itse tapahtuman paremmin ja saa muutenkin kohtaamisesta irti enemmän kuin pelkän tekstin lukemisesta esimerkiksi. Omakohtainen kokemus on näistä lähteistä arvokkain sillä nähty ja itse koettu antaa täysin erilaisen kokonaiskuvan kuin kirjoitettu teksti.

1.11 Aikaisemmat tutkimukset

Aiheesta ei ole tehty aikaisempaa tutkimusta joten tämä on ensimmäinen laatuaan kyseisestä aihealueesta. Yhdistyneistä Arabiemiraateista ja tavasta tehdä bisnestä siellä on lukuisia eri lähteitä, Suomelle tyypillisestä tavasta tehdä bisnestä oli huomattavasti vaikeampaa löytää hyviä lähteitä, mutta siis ei ole mitään teosta internetissä tai kirjoissa missä suoraan pyritään vertaamaan eroavaisuuksia Suomen ja Yhdistyneitten Arabiemiraattien välillä.

1.12 Keskeiset käsitteet

Keskeisinä käsitteinä tutkimusongelmassa ovat, dispositio, analyyttinen tutkimusmenetelmä, synteettinen tutkimusmenetelmä, yhteisökulttuuri, yrityskulttuuri, "doing" - kulttuuri ja "being" - kulttuuri

1.12.1 Dispositio

Dispositiolla kuvataan työn etenemis- ja jäsentelysuunnitelmaa, eli sen avulla selvennetään miten työ tulee etenemään.

1.12.2 Analyyttinen tutkimusmenetelmä

Analyyttisessä tutkimuksessa teoreettinen ongelma hajotetaan osiin ja pyritään tutkimalla, havainnoimalla ja päättelöllä selittämään ongelmaa ja luomaan siihen ratkaisu. Analysoimalla eli havainnoimalla esimerkiksi tiettyä aiheeseen liittyvää ongelmaa pystytään ratkaisemaan ongelma ja liittämään se osaksi isoa kokonaiskuvaa.

1.12.3 Synteettinen tutkimusmenetelmä

Synteettisessä tutkimuksessa pyritään muodostamaan kokonaiskuva yhdistelemällä eri havaintoja ja teorioita yhteen. Siinä siis pyritään luomaan mahdollisimman kokonaisvaltainen kuva esimerkiksi kahta johtopäätöstä yhdistelemällä. Synteettisen tutkimusmenetelmän avulla pystytään luomaan yhden johtopäätöksen sijasta, useita johtopäätöksiä yhdistelemällä selkeämpi kokonaisvaltaisempi kuva.

1.12.4 Yhteisökulttuuri

Yhteisökulttuurilla, pyritään kuvailemaan miten ihmisillä yhteiskunnassa on tapana käyttäytyä ja toimia.

1.12.5 Yrityskulttuuri

Yrityskulttuurilla, pyritään kuvailemaan miten ihmisillä yhteiskunnassa, yrityksissä on tapana käyttäytyä ja toimia

1.12.6 "Doing" - kulttuuri

"Doing"-kulttuuri liittyy läheisesti aikaan ja siis yleisen käsityksen mukaan "doing"- kulttuurin ihmiset, tekevät työtä kovasti. Tällaiset ihmiset ovat tehtäväsuuntautuneita, paljon suunnittelevia ja ahkerasti

1.12.7 "Being" - kulttuuri

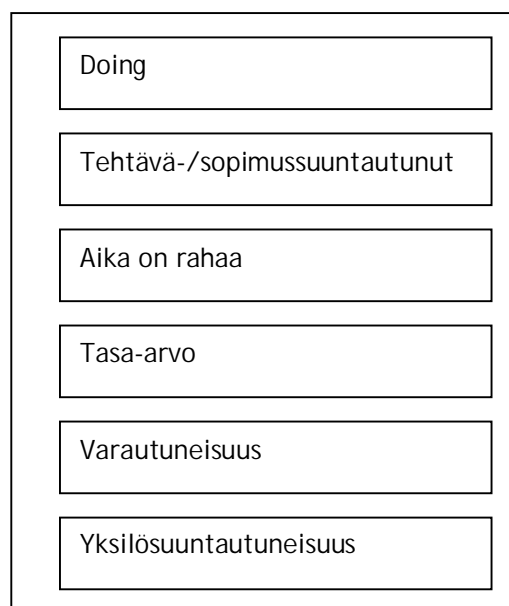
"Being"-kulttuurissa, aika on joustava käsite, sekä Jumala Allah yksin kontrolloi luontoa ja aikaa. Suunnitelmat ovat lähinnä hyviä aikomuksia.

2 Suomen & Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurit, bisnestapaaminen Lähi-idässä

Ohessa pyritään tuomaan esille Suomen ja Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurien välisiä eroavaisuuksia ja selittämään niitä. Selvitetään molemman maan yhteisökulttuuria, yrityskulttuuria, uskontoa, arvoja, tapoja, sosiaalisia trendejä ja symboliikkaa, sekä lopuksi tehdään vielä SWOT-taulukko molempien maiden bisneskulttuurista.

2.1 Suomen kulttuurin ominaispiirteet

Suomea maana arvostetaan sen teknologiasta ja luonnosta, Lappi on tuttu paikka monelle turistille esimerkiksi ja ulkomaalaiset osaavat arvostaa Suomen metsiä. Suomalaisia ihmisinä, voidaan kuvata usein adjektiivein. Suomalaisia pidetään hieman vakavina, ovat tunnettuja suoruudestaan, jäykkyydestään ja muutenkin ihmisinä, jotka hieman haluavat välillä ottaa etäisyyttä. Kärsivällisyys, sitkeys, vaatimattomuus, itsekseen ajattelu, vähäinen elekieli, hiljaisuuden sieto, ovat myös hyvin suomalaista luonteenpiirrettä kuvaavia sanoja, joista olemme tunnettuja. Myös pyrkimys tasa-arvoon, tehokkuuteen, tietoon ja totuuteen liitetään läheisesti suomalaisiin. (Piili 2010, Kulttuurien kohtaaminen).



Kuvio 5: Suomalaiselle kulttuurille ominaisia piirteitä
(Käri - Zein 2003, 17)

2.1.1 Yhteiskunnan hyvinvointi ja sen avainlukuja lyhyesti

Ohessa pyritään selittämään lyhyesti muutaman avainluvun avulla, kuinka kilpailukykyinen Suomi on, sekä hyvinvoinnin taso Suomessa. Nämä asiat on otettu mukaan tutkielmaan sillä niiden avulla, nähdään miten eri lähtökohdat Suomella ja Yhdistyneillä Arabiemiraateilla on. Hyvinvointi vaikuttaa läheisesti kulttuuriin, mikä taas johtaa itse päätutkimusongelmaan.

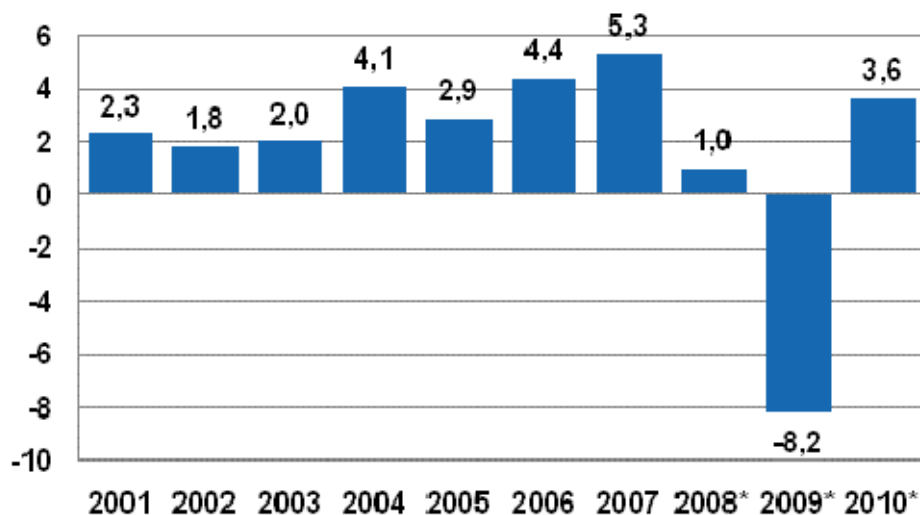
Suomen kilpailukyky on hyvä. Kilpailu kannustaa yrityksiä tehostamaan toimintaansa ja kehittämään uusia tuotteita. Tuottavuuden kasvu on ollut nopeaa, ja tuotantorakenne on uudistunut. Bisnesympäristön kilpailukyky saa erinomaisen arvosanan, tästä huolimatta suorituskykyä mittaava elintaso on vain kohtalainen. Suomessa työn tuottavuus on jo usean vuoden ajan keskittynyt selkeästi teollisuuteen. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2003, 9).

Suomen innovaatioympäristö on maailman korkeatasoisimpia. Työvoiman koulutustaso ja tutkimusresurssit ovat huippuluokkaa, sekä yhteistyö tutkimuslaitosten ja yritysten välillä on tiivistä ja tuloksellista. Myös rahoitusmarkkinat toimivat tehokkaasti ja riskirahoituksen saataisuus on kansainvälisesti hyvä. Ulkomaankaupan osuus BKT:stä on verraten alhainen, ulkomaisen investointien määrä Suomeen vähäinen ja hintataso on maailman korkeimpia. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2003, 10).

Hyvinvointi Suomessa, kun mitataan elintason suhteen sosiaalisilla ja ympäristötekijöillä, on maailman korkeimpia. Tähän kuuluu läheisesti inhimillinen hyvinvointi, jossa Suomi on maail-

man kärkeä. Inhimillinen kehitys on pyrkimystä luoda olosuhteet, joissa ihmiset voivat kehittää ja hyödyntää osaamistaan ja kykyjään sekä viettää rikasta elämää, joka on sopuinnussa ihmisten tarpeiden ja tavoitteiden kanssa (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2003, 19).

Suomen bruttokansantuote kasvoi tilastokeskuksen tarkistettujen ennakkotietojen mukaan viime vuonna 3,6 prosenttia. Bruttokansantuote eli tuotettujen tavaroiden ja palveluiden arvonlisäys oli 180 miljardia euroa.



Kuvio 6: Bruttokansantuotteen volyymin vuosimuutos, prosenttia
(Tilastokeskus 2011, Kansantalous)

Arvonlisäyksen volyyymi kasvoi vuonna 2010 useimmilla toimialoilla edellisen vuoden ennätysmäisen pudotuksen jälkeen. Tuotanto jäi edelleen noin viisi prosenttia pienemmäksi kuin vuonna 2008. Tuotantoa lisäsi kaikkien kysyntäerien kasvu. Erityisesti vienti kasvoi edellisen vuoden vientilaman jälkeen. Viennin volyyymi kasvoi 8,6 prosenttia ja tuonnin volyyymi 7,4 prosenttia. Yksityiset kulutusmenot kasvoivat volyymiltaan 2,7 prosenttia ja julkiset kulutusmenot 0,6 prosenttia. Investoinnit kasvoivat 2,8 prosenttia. Taloudellista hyvinvointia kuvaava kotitalouksien oikaistu käytettävissä oleva tulo kasvoi viime vuonna reaalisesti 1,9 prosenttia. Kotitalouksien oikaistuun tuloon luetaan nettotulojen lisäksi myös julkisen sektorin ja järjestöjen kotitalouksien hyväksi tuottamat yksilölliset palvelut kuten koulutus-, terveys- ja sosiaalipalvelut. Yritysten voittoja kuvaava yrittäjätulo kasvoi lamavuoden jälkeen 21 prosenttia. Yritysten rahoitusasema oli 10 miljardia euroa ylijäämäinen. Julkisyhteisöjen rahoitusasema sen sijaan oli toista vuotta peräkkäin alijäämäinen, 5 miljardia euroa.
(Tilastokeskus 2011, Kansantalous).

Myydyn tuotannon kokonaisarvosta metalliteollisuuden osuus oli 43,9 prosenttia, kemianteollisuuden 19,2 prosenttia, metsäteollisuuden 18,1 prosenttia ja elintarviketeollisuuden 11,1 prosenttia. Näiden päätoimialojen suuruusjärjestyksessä ei tapahtunut muutoksia edellisvuodesta. Lamavuonna 2009 Suomen teollisuustuotannon arvo väheni 27,2 prosenttia edellisvuodesta. Metalliteollisuudelle vuosi oli erityisen huono kotimaisen tuotannon supistuessa reilun kolmanneksen (-34,5 %). Muillakin päätoimialoilla tuotanto väheni reilusti lukuun ottamatta elintarviketeollisuutta, jonka tuotanto väheni ainoastaan 2,5 prosenttia. Kemianteollisuuden alatoimiala lääkeaineiden ja lääkkeiden valmistus oli ainoa tuotantoansa Suomessa kasvattanut (+7,5 %) teollisuuden alatoimiala vuonna 2009. (Tilastokeskus 2010, Teollisuustuotanto).

2.2 Yhteisökuulttuuriin liittyvä sosiaalinen käytös

Yhteisökuulttuurissa, pyritään kuvailemaan miten ihmisillä suomalaisessa yhteiskunnassa on tapana käyttäytyä ja toimia. Tässä ei siis keskitytä kulttuurin mihinkään muuhun osa-alueeseen kuin kohtiin, jotka ratkaisevasti vaikuttavat tapaan käyttäytyä suomalaisessa yhteiskunnassa. Aletaan selvittämään kulttuuriin liittyviä osa-alueita, joista lopuksi pystytään rakentamaan täydellinen käyttäytymismalli, vallitsevan kulttuurin tuntemuksen kautta siis. On valittu 4 osa-aluetta, joita pidetään oleellisimpana ja joihin keskitytään kaikkein eniten, jotta voidaan selittää käytöstä, niin Yhdistyneissä Arabiemiraateissa kuin Suomessa.

Uskonto voi muokata koko yhteiskunnan toimintaa ja se voi toimia käytösohjeena. Uskontoja on monia erilaisia ja se nähdään erilaisena kulttuurista riippuen. Kristinusko, islam, buddhalaisuus ja hindulaisuus ovat 4 maailman suurinta uskontoa. Jokaiselle uskonnolle tyypillisenä piirteenä on erilainen näkemys elämästä ja mikä on esimerkiksi pyhää, mikä ei, ja mitä pidetään sosiaalisesti hyväksyttävänä, se voi toimia monelle eräänlaisena ohjenuorana elämiseen. Etiikka liittyy läheisesti uskontoon ja sen avulla saadaan selvitettyksi, minkälainen toiminta koetaan hyvänä tai pahana, oikeana tai vääränä. Se, mikä koetaan eettisesti oikeana tai vääränä vaihtelee kulttuurista riippuen. Uskonto voi määrittää mikä on oikeanlaista toimintaa ja mikä väärää ja kun on monia eri uskontoja, tulkinta tästä on hyvinkin erilainen. Länsimaalaiset voivat esimerkiksi pitää tiettyä toimintaa jopa vastenmielisenä ja paheksuttavana, kun taas toisaalla se voi olla osa jokapäiväistä elämää.

Arvoja selvittämällä, pyritään selittämään mitä pidetään ihmiselle tai kulttuurille esimerkiksi tärkeinä asioina. Tietyt arvot voivat periytyä sukupolvelta toiselle ja kulttuuriaan itseään, voidaan pitää tiettyjen arvojen toteuttajina tai välittäjinä. Arvot voidaan myös jakaa moneen eri osaan, kuten itseisarvoihin ja välinearvoihin. Itseisarvo keskittyy lähinnä henkilöön itseensä, kun taas välinearvo on eräänlainen apukeino tietyn itseisarvon saavuttamiseen. Arvoja selvittämällä nähdään oikeasti mikä on tärkeää henkilölle tai kulttuurille.

Normit voidaan määritellä tietyiksi säännöiksi, jotka esimerkiksi ohjaavat yhteiskunnan toimintaa. Normit voivat olla vaikka koulun järjestyssäännöt tai lait, joita tulee noudattaa jotta yhteiskunta toimii, se siis periaatteessa käskää toimimaan tietyin yhteiskunnallisesti hyväksyttävien tavoin. Kummalla kädellä tulee kätellä? Huoneen vanhinta pitää arvostaa eniten, pää on pyhä jne.

Symboliikka liittyy maiden kulttuureille tyypillisiin piirteisiin. Se voi liittyä esimerkiksi väriin, lahjaan, numeroon tai lukuihin muuhun seikkaan mitä pidetään symbolisena. Tällä tarkoitetaan että esimerkiksi tiettyä numeroa pidetään epäonnen numerona, väärän värisen paidan pukemista loukkauksena, tilanteesta tietysti riippuen. Se on yllättävänkin tärkeää tietyissä kulttuureissa ja bisnestapaamisessa esimerkiksi ei ainoastaan riitä, että on tuonut lahjan tapaamiseen vaan se pitää myös värillisesti olla paketoituna oikein.

2.2.1 Uskonto suomalaisessa yhteiskunnassa

Suomessa on uskonnonvapaus, eli jokaisella on siis oikeus tunnustaa ja harjoittaa uskontoa ja oikeus ilmaista vakaumuksensa. Kaikilla on myös oikeus kuulua tai olla kuulumatta uskonnolliseen yhdyskuntaan ja kenenkään ei tarvitse osallistua uskonnon harjoittamiseen.

Laki ei estä henkilöä kuulumasta samanaikaisesti useampaan uskonnolliseen yhdyskuntaan. Suurin osa suomalaisista on kristittyjä ja kuuluu joko evankelis-luterilaiseen kirkkoon (83 %) tai ortodoksiseen kirkkoon (1 %). Näillä kahdella kirkolla on Suomen historiassa ja kulttuurissa suuri merkitys ja siksi niillä on myös lakiin perustuva erityisasema. (Infopankki 2005).

Raamattu on kristityille pyhä kirja, koska sen välityksellä Jumala ilmaisee tahtonsa. Kaikkea kirkon opettamaa on arvioitava Raamatun mukaan. Raamattuun ihmiset ovat kirjoittaneet sen, mitä ovat nähneet, kuulleet ja uskoneet, ja siis näin Raamatussa on sekä jumalallinen että inhimillinen puoli (EVL, Raamattu).

Kristillisessä kirkossa jumalanpalvelus, rukous ja ehtoollinen ovat tapoja ylläpitää yhteyttä sekä Jumalaan että muihin ihmisiin. Kirkko on yhteisö ihmiselle, joka etsii elämään syvyyttä ja merkitystä. Arkisessa elämässä usko ihmistä rakastavaan Luojaan ja ihmisten keskinäiseen yhteyteen voi näkyä pieninä tekoina ja valintoina, pyrkimyksenä vastuulliseen ja kestäväan elämään (EVL, Mihin uskomme). Kirkko on Suomessa myös viime aikoina ollut ongelmissa ja Suomessa kirkon jättikin noin 83000 ihmistä vuonna 2010, mikä on tuplasti enemmän kuin vuotta aiemmin (HS-digilehti 2011, Kirkosta eroaminen).

Kristillisen etiikan perusta on kristinuskon pyhässä kirjassa Raamatussa. Kymmenen käskyä, Jeesuksen opetukset ja erityisesti kuvaukset hänen teoistaan ja toiminnastaan ihmisten keskuudessa koetaan tärkeäksi. Jeesuksen eettisen opetuksen ydin on kirjattu vuorisäärään,

kultaiseen sääntöön, sekä rakkauden kaksoiskäskeyn. Eettinen opetus voidaan tiivistää, siihen, että lähimmäinen tulee ottaa huomioon ja mukauttaa myös omaa käytöstään sen mukaan (Uskonnot Suomessa 2007).

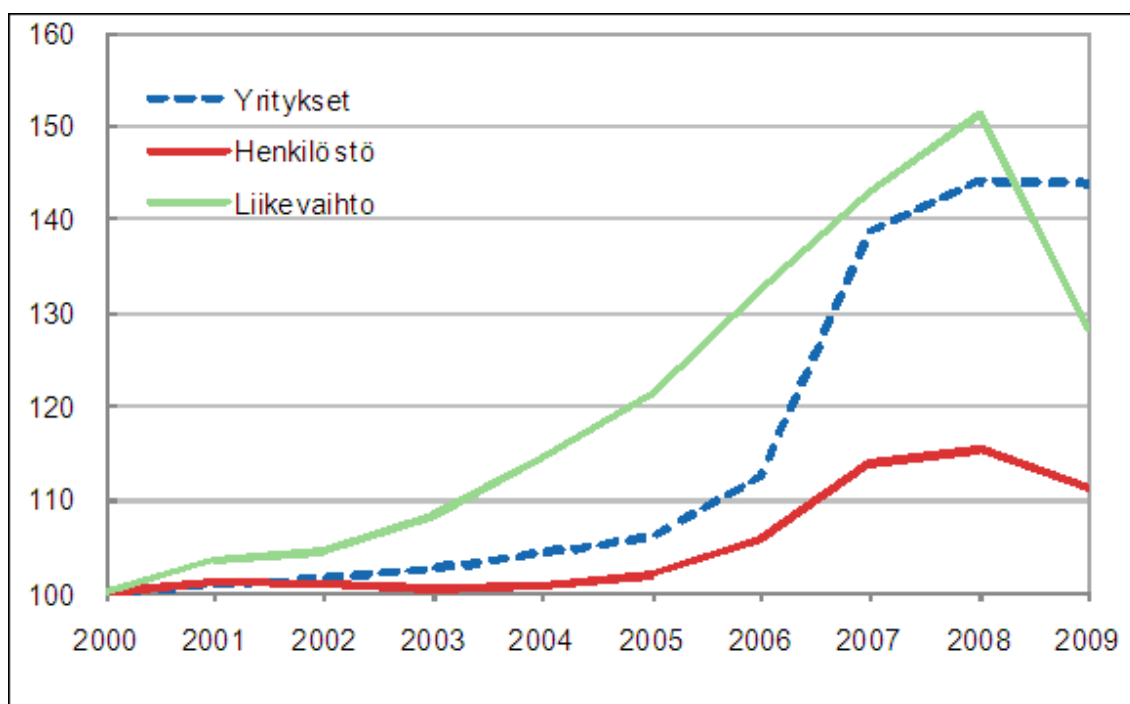
Uskonnon merkitys vähenee Suomessa, mikä muun muussa näkyy viime vuosina kirkosta eroamisen lisääntymisenä. Kirkollisveron maksaminen on yksi syy miksi kirkosta halutaan erota, mutta myös se yksinkertainen syy, että kirkosta eroaminen on tehty niin helpoksi. Internetissä parilla napsautuksella pystyy eroamaan. Vaikka ei kuuluisikaan enää kirkkoon, uskontoa on opetettu pienestä pitäen ja siitä on saanut käsitteitä miten tulisi toimia. Toki sokeasti mitään ei pidä seurata, vaan tulee muokkaa ja luoda omat käsitykset asiasta ja soveltaa sitä yhteiskunnassa parhaan mukaan. Uskonnon merkitys Suomessa ei ole niin suuri ja siis se ei näy, niin paljon jokapäiväisessä vallinnoivassa yhteiskunnassa ja kulttuurissa, kuin esimerkiksi muslimimaissa. Se ei kerro meille miten pukeutua esimerkiksi vaan jokaisella on oikeus valita haluaako uskoa vai ei.

2.2.2 Arvot suomalaisessa yhteiskunnassa

Länsimaisissa käytöstavoissa yleisesti ottaen, on tunnistettu selviä arvoja, joita painotetaan. Länsimaiselle kulttuurille on tunnusomaista, individualismi, itsensä toteuttaminen, yksilön määräysvalta, työntekijän oikeudet, aktiivisuus tai aggressiivisuus, saavutusten esilletuonti, tulokset, kilpaileminen/voittaminen, kunnia/maine, tekeminen, syyllisyyskulttuuri, mekaaniisuus ja kuuluisin varmasti näistä, "aika on rahaa" periaate, ovat länsimaisessa bisnes kulttuurissa tyypillisiä piirteitä (Piili 2010, Kulttuurien kohtaaminen).

Suomalaiset näkevät itsensä hyvin itsenäisinä ihmisinä, jotka elävät yhteiskunnallisessa tasa-arvossa, sekä läheisessä suhteessa luontoon.

Suomalaiset arvostavat yrittäjyyttä, aloitteellisuutta, lakia, ja sopimuksia muun muussa. Suomalaisia voidaan kuvata rehellisiksi, luotettaviksi, uskollisiksi, liittyen bisnessuhteeseen tai ystävyyteen, sekä myös vaatimattomina ja melko ujoina. Suomalaiset eivät ole kovia riskinottajia ja henkilökohtaiset suhteet pääosin merkitsevät enemmän kuin materiaallinen menestys. Täsmällisyyttä myös arvostetaan niin bisnestapaamisissa, kuin myös tuttavassa tavattessa.



Kuvio 7: Yritysten lukumäärän, henkilöstön ja liikevaihdon kehitys 2000–2009
(Tilastokeskus 2010, Yritykset)

Vuonna 2009 yritysten määrä ja liikevaihto vähenivät ensimmäisen kerran 2000-luvulla. Yritysten lukumäärä väheni vain 270 yrityksellä, mutta liikevaihto supistui peräti 15 prosenttia eli 60 miljardia. Henkilöstö väheni neljä prosenttia, 54 810 henkilöä ja tilastokeskuksen yritysrekisterin tietojen mukaan suomessa toimi 320 682 yritystä. Nämä työllistivät yhteensä 1 447 403 henkilöä palkansaajina tai yrittäjinä. Yritysten liikevaihto oli yhteensä 336,2 miljardia euroa (Tilastokeskus 2010, Yritykset).

Suomessa arvostetaan siis kovasti perhettä, luontoa ja ollaan ylpeitä suomalaisten saavutuksista. Kansallinen identiteetti on Suomessa hyvin vahva, pääosin johtuen sodista joissa Suomi on ollut mukana. Suomi on hyvin homogeeninen yhteiskunta, jossa arvostetaan suomalaisuutta ja suomalaisia tuotteita.

2.2.3 Tavat suomalaisessa yhteiskunnassa

Suomalaiseen kulttuuriin kuuluu se, että tuntemattomia kohdatessa, tuntemattoman pitää avata ensin keskustelu. Small talk ei ole niin suosittua Suomessa ja tapana on pyrkiä nopeasti suoraan asiaan. Hiljaisuutta kunnioitetaan enemmän Suomessa kuin monessa muussa maassa ja hiljaisuutta ei välttämättä pidetä outona tai epämukavana, se on vaan osa kokonaisuutta, tätä pidetään hämmentävänä monessa muussa maassa. Keskusteltaessa, toisen keskeyttä-

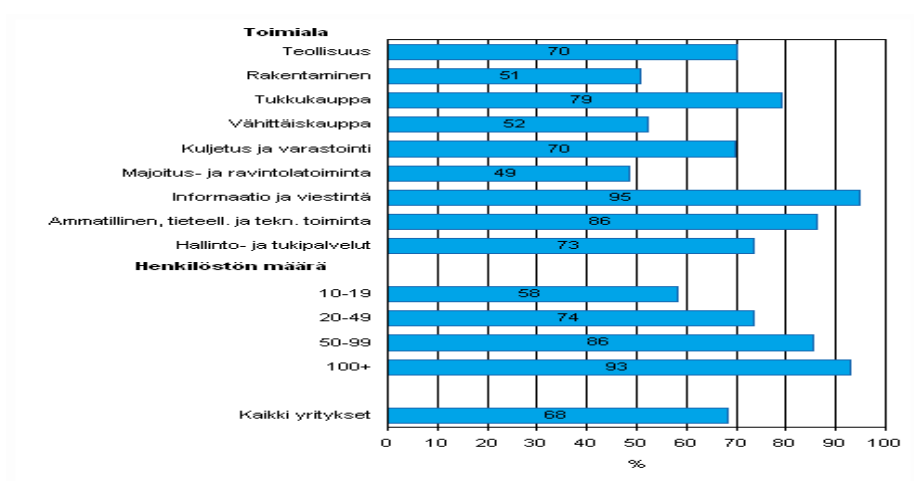
mistä pidetään epäkunnioittavana käytöksenä. Uskotaan, että tilanteeseen kuin tilanteeseen on olemassa oikeanlainen käytösmalli ja suomalaiset arvostavat kohteliaisuutta ja siis olettavat myös muilta kohteliaisuutta esimerkiksi puhuttaessa. (Haigh 2003, 113). Uuden henkilön tavatessa onkin tapana kätellä, luoda katsekontaktia henkilöön ja samalla esittäytyä itsensä. Tapana on myös, että bisnes asiat ja vapaa-aika pidetään erillään. Ei ole totuttu siihen, että bisneksestä puhutaan kotona, toimistoajan päätyttyä.

Miehiä ja naisia pyritään kohtelemaan mahdollisimman tasa-arvoisesti ja siis sukupuoleen liittyviä suuria eroavaisuuksia suomessa ei juuri ole. Koulutus on Suomessa kaikille ilmaista, joten kaikilla on myös yhtäläiset mahdollisuudet menestyä. Ideana on siis antaa kaikille hyvät ja yhtäläiset lähtökohdat tulevaisuuden varalle.

2.2.4 Sosiaaliset trendit suomalaisessa yhteiskunnassa

Sosiaalisen verkostoinnin tilastot voivat osoittaa nouseviin trendeihin, sen mukaan miten maan ihmiset ovat yhteydessä, kommunikoivat ja käyttävät informaatiota.

Suomi on sosiaalisen verkostoinnin tilastoissa korkealla, esimerkiksi internetiä käyttää 85,3 % väestöstä, joista kahtakymmentäkuutta prosenttia pidetään "korkean luokan" käyttäjinä, eli he ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa digitaalisissa toiminnoissa. Verkostointia pidetään tärkeänä sosiaalisen vuorovaikutuksen keinona Suomessa, sähköposti ominaisuutta pidetään tärkeimpänä toimintona. Organisaatiotasolla pyritään kuitenkin asiat mieluiten hoitamaan puhelimen avulla kuin internetin. Suomen sosiaalisen verkoston tilastot antavat marketoijille tärkeää tietoa siitä, miten tulee tehokkaasti kommunikoida internetin käyttäjien kanssa suomalaisilla markkinoilla. (Emerging Technology News 2011).



Kuvio 8: Mobiili laajakaistainen yhteys Internetiin keväällä 2010, osuus kaikista luokan yrityksistä.

(Tilastokeskus 2010, Tiede, teknologia ja tietoyhteiskunta)

Suomi on teknologisesti kehittynyt maa ja siitä syystä myös suomessa on lukuisia tapoja olla sosiaalisessa kontaktissa. Sähköposti, puhelin, videokonferenssit jne. ovat hyviä ja nopeita keinoja yhteyksien ylläpitämiseen, mutta teknologia ei kuitenkaan pysty korvaamaan fyysistä läsnäoloa paikan päällä. Henkilön ollessa itse paikalla saadaan informaatiota tilanteesta mitä ei saa esimerkiksi kuvaruudun välityksellä ja täten tilanteeseen myös pystytään sopeutumaan nopeammin ja asianmukaisella tavalla. Tietyissä kulttuureissa arvostetaan ja pidetään jopa välttämättömänä että bisnes asioita hoidettaessa, tulee olla fyysisesti paikan päällä. Tämä antaa kokonaisvaltaisemman ratkaisun ja sen avulla myös pystytään tutustumaan toimintaympäristöön ja siis neuvoteltavaan osapuoleen luonnollisemmin.

2.2.5 Symboliikka suomalaisessa yhteiskunnassa

Suomessa ei esimerkiksi Aasialaisten kulttuurien tapaan, juurikaan ollenkaan uskota värin, numeron, elekielen, lahjan tai vastaavan merkitykseen. Suomessa ei esimerkiksi uskota kasvojen menetykseen, mikä koetaan suureksi häpeäksi esimerkiksi Japanissa, tai lahjan pakettin väriin esimerkiksi.

2.3 Yrityskulttuuri Suomessa

Suomalainen kulttuuri on niin sanottu "Doing"-kulttuuri, ja se liittyy läheisesti aikaan ja siis yleisen käsityksen mukaan "doing"-kulttuurin ihmiset, tekevät työtä kovasti. Tällaiset ihmiset ovat tehtäväsuuntautuneita, paljon suunnittelevia ja ahkeria.

Suomalaiselle bisneskulttuurille ominainen "Aika on rahaa" tyyppinen kulttuuri korostaa aika- ja suunnitelmallisuutta, kuria, järjestystä ja organisointia. Suhdetoimintasuuntautuneissa kulttuurissa taas suhteita pidetään tärkeämpinä kuin virallinen sopimus. Ystävyys- ja tuttavuusuhteiden luominen vaatii aikaa ja henkilösuhteisiin on panostettava. Henkilökohtaisten suhdeverkostojen merkitystä korostetaan ja bisneksen ehtona ovat henkilösuhteet, todella tärkeää on olla kontaktissa kasvokkain.

Suomalaisessa yrityskulttuurissa on tavallista, että ollaan transaktionaalisia ja ei tarvitse luoda pitkiä henkilökohtaisia suhteita, jotta voidaan tehdä bisnestä, mutta samalla myös ollaan kiinnostuneita ja avoimia mahdollisesti pitkän bisnessuhteen luomiseen. Normaali bisnessuhteiden luominen Suomessa on muodollinen tyyli ja siis pyritään menemään suoraan asiaan ja keskittymään ainoastaan bisnekseen liittyviin asioihin. Myöskään kasvotusten kohtaaminen bisneksen tekoon ei ole välttämätöntä vaan sähköpostilla voidaan hoitaa moniakkin asioita.

Bisneskulttuuriin suomessa kuuluu myös tietty johdonmukaisuus ja järjestelmällisyys, ajankäyttöä pyritään muokkaamaan sen mukaan, että päivän aikana saataisiin mahdollisimman paljon aikaan, vapaa-ajalla ei ole tapana enää toimistoajan päätyttyä tehdä bisnekseen liittyviä asioita. Suhteen luominen on tapana hoitaa toimiston ulkopuolella, kuten ravintolassa. Suorasukaisuutta ja avoimuutta arvostetaan, ja tapana on kun sanotaan jotain, se myös silloin toteutetaan ja hoidetaan loppuun asti, verbaalinen kanssakäyminen tulkitaan yhtä vakavaksi kuin kirjallinen sopimus. (Kwintessential, Finland - Language, culture, customs and etiquette). Suomalaisten luonteenpiirteiden vahvuuksiksi voidaan luokitella, rohkeus, sinnikkyys, itseensä luottaminen, alkuperäinen ajattelu, rehellisyys, vilpittömyys, rauhallisuus, tasa-arvoisuuteen pyrkiminen ja kunnioitus koulutusta kohtaan. Näillä luonteenpiirteillä ja ominaisuuksilla päästään jo pitkälle neuvottelutilanteessa.

Rohkeus ja sinnikkyys juontavat juurensa Talvisodasta. Suomalaisilla ei ole tapana luovuttaa aloittamaansa asiaa, vaikka tehtävä vaikuttaisi kuinka vaikealta, loppuun asti pyritään jatkamaan. Suomalainen "sisu" onkin kuuluisa sana joka on myös monen ulkomaalaisen tiedossa ja johon rohkeuden ja sinnikkyuden voi kiteyttää. Tällä on suurta arvoa bisnestapaamisessa, sillä kumppanit tietävät, että suomalaiseseen voi luottaa ja hän vie projektin loppuun asti.

Itseensä luottaminen on myös todella tärkeä ominaisuus. Itseluottamus näkyy tilanteessa kuin tilanteessa. Sillä tarkoitetaan esimerkiksi, että asiat hoidetaan itse mieluummin, kuin että soitetaan joku toinen hoitamaan omasta puolesta. Voi sanoa, että tämä kyseinen ominaisuus tekee suomalaisesta erinomaisen työntekijän, mutta epäilevän kuluttajan.

Alkuperäisellä ajattelulla pääosin voidaan tarkoittaa ajattelun muotoa, mikä on uusi, innovatiivinen ja yleensä myös johtaa menestykseen. Tästä on hyötyä siinä suhteessa että idea on todella uusi, ja tavallaan ajatellaan laatikon ulkopuolella. Tämähän voi johtaa todellisiin innovaatioihin.

Rehellisyys ja vilpittömyys ovat jokaisen suhteen kivijalka, puhutaan nyt liiketoiminnasta tai muusta suhteesta. Suomalaiset ovat luokiteltu rehelliseksi ja kansaksi johon voi luottaa, eli kun on luvattu jotain ja sovittu jotain, tapana ei ole perääntyä. Konsepti rehellisyydestä on enemmänkin absoluuttinen kuin suhteellinen. Bisnestapaamisessa suomalaiseseen on helppo luoda luottamus, sillä hän kertoo rehellisesti ja suoraan asioiden laidan, mikä taas synnyttää luottamusta.

Bisnestapaamisessa vaikka kuinka hankala paikka tai tiukka tilanne päällä, suomalaiset pääosin pysyvät aina rauhallisina. Harva korottaa ääntään huutamiseen paineen alla ja eivät myöskään ollenkaan arvosta henkilöitä, jotka tähän ryhtyvät. Rauhallisuus ei liity siihen, että

suomalaisilla ei olisi paljon ajatuksia tai tunteita, päinvastoin, suomalaisilla on vain tapana ilmaista itseään toisin tavoin.

Tasa-arvoisuuteen pyritään ja esimerkiksi miesten ja naisten välillä erot ovat pienet. Valtio pyrkii takaamaan, että kaikilla olisi yhtäläiset mahdollisuudet koulutukseen ja että myös työtömillä on mahdollisuus kohtuulliseen elämään. Nämä kaikki johtaa siihen, että kansallinen itsetunto kohoaa ja suurimmilla osista ihmisiä (toki poikkeuksiakin löytyy) ei ole tapana esimerkiksi alistaa tai syrjiä esimerkiksi vähäosaisempia.

Koulutuksestahan kaikki juontaa juurensa ja suomalaiset arvostavat paljon esimerkiksi sitä ominaisuutta, että koulutus on ilmaista. Yritykset myös sijoittavat suuria summia rahaan tiedeeseen, kehitykseen ja henkilöstön koulutukseen. Liiketaloudessa, suomalaiset osoittavatkin ja ovat halukkaita asemastaan riippumatta oppimaan enemmän koko ajan eli suomalaiset ovat todella tiedonjanoisia. Tietämyshän taas johtaa parempaan lopputulokseen esimerkiksi bisnestapaamisessa.

Suomalaisten heikkouksiksi voidaan luotella, itseluottamuksen puute, kommunikaation vaikeus, siis sen vähäpitoisuus esimerkiksi, suomalaiset voivat myös olla hieman kovapäisiä ja siis iskostuneet tekemään tavat tietyllä omalla tavalla, epäonnistumisen pelko on suuri, tietty myötämielisyys ja kollektiivinen ajattelutapa, sekä tietynlainen alemmuus tai ylemmyys kompleksi.

Itseluottamuksen puute on suuri kynnyksysymys liikeneuvotteluissa. Suomalaiset ovat hyvin päättäväisiä ja itsepintaisia, perusluonteeltaan suomalaiset ovat kuitenkin melko ujoja ja ujous ja hiljaisuus voidaan tulkita heikkoudeksi. Ei tykätä työntää itseään eteenpäin aggressiivisesti ja sosiaalisessa kanssakäymisessä voi näkyä itseluottamuksen puute. Esimerkiksi ulkomaalaiset, jotka eivät ole tottuneet lukemaan Suomalaista kehonkieltä ja itseilmaisua, voivat tulla siihen johtopäätökseen, että heidän suomalaisten kollegoidensa itseilmaisusta puuttuu sekä voima, sekä tietty päättäväisyys. Kyseinen virhetulkinta voi johtaa suomalaisen turhautumiseen, mikä taas voi vahvistaa tietynlaista vieraantumista siitä ulkomaalaisesta kulttuurista.

Kommunikaatio-ongelmat ovat myös todella vaikuttavia tekijöitä esimerkiksi businessuhteen luomisessa. Suomalainen kulttuuri arvostaa hiljaisuutta ja sanojen käyttämistä säästeliäästi, mistä tulee helposti ongelma kohdattaessa kulttuurin edustaja jonka kulttuuriin kuuluu puhe-
liaisuus olennaisena osana. Suomalaisella voi esimerkiksi kestää kauan sähköpostiin vastaamisessa, tämä voidaan koeta loukkauksena vaikka oikeasti sähköpostiin vastataan kun on oikeasti siihen jotain konkreettista vastattavaa.

Kovapäisyys ja tietty itsekkyyks asioiden tekemiseen tietyllä tavalla on myös iso kynnys. Tietty itsekkyyks, että on vain yksi tapa tehdä asiat kunnolla eikä muita tapoja, voi johtaa ihmetykseen. Ongelma piilee siinä, että ulkomaalainen voi kokea suurtakin vastakaikua tuotteeseen tai ideaan, jota suomalainen ei ole päässyt konkreettisesti testaamaan itse, siis suomalaisen tulee saada tavalla tai toisella kiistatonta todistetta sen aiheuttamista hyödyistä. Tämähän ei ole sinänsä missään nimessä huono asia, mutta eri kulttuurissa on tapana toimia toisin ja se voidaan koeta luottamuksen puutteena.

Epäonnistumisen pelon on katsottu pitävän monia suomalaisia takana ja siis suomalaiset eivät tykkää ottaa riskejä. Konkurssi nähdään henkilökohtaisena häpeänä enemmän kuin yritykseen liittyvänä epäonnena. Tämä näkyy siinä, että kansainvälisessä vertailussa henkilöä kohden suomessa on vähän yksityisrittäjyyttä.

Myötämielisyydellä ja tietyllä kollektiivisella ajattelutavalla, tarkoitetaan sitä että suomalaisten mielipiteet ja ideat voivat hyvinkin paljon muistuttaa toisiaan. Vaikka ideat ovat yleensä todella tuoreita ja uusia ja innovatiivisia, silti jostain syystä pyritään ajattelemaan samoin kuin kaveri vieressä. Tämä voi johtaa passiivisuuteen, tietynlaiseen jäykkyyteen esimerkiksi rittäjyydessä ja pahimmassa tapauksessa epäilykseen ja luottamuksen puutteeseen, uuteen vieraaseen ideaan tai vaikka ihmiseen.

Ylemmyys/alemmuus kompleksilla tarkoitetaan, että suomalainen voi kokea vieraiden maiden olevan sivistyneempiä ja viisaampia kuin itse ja täten myös tulla siihen johtopäätökseen, että muut toimivat myös todennäköisesti paremmin kansainvälisillä markkinoilla. Kolikon kääntopuoli on se, että tunnetaan myös että ollaan parhaita, luotettavimpia ja ahkerimpia ihmisiä maailmassa ja ulkomaalaisiin on täten vaikea luoda luottamus. Ollaan, sekä ylpeitä saavutuksista ja myös samaan aikaan todella herkkiä kritiikille. (Haigh 2003, 116 - 120).

2.3.1 Käytös bisnestapaamisessa

Hyvän bisnessuhteen luomiseen, tulee valmistautua tuntemalla mahdollisimman hyvin ja siis uhraamalla aikaa vastapuoleen ja hänen ymmärtämiseen. Tämän avulla toisen toimintaa opitaan tuntemaan ja se antaa hyvät toimintavalmiudet itse tapaamiseen. Kun osoitetaan, että toinen osapuoli tunnetaan hyvin ja on siis tehty työtä vastapuolen toiminnan ymmärtämiseen, se osoittaa kunnioitusta toista osapuolta kohtaan ja hänen huomattessaan tämän, se antaa erinomaiset edellytykset hyvään, pitkäaikaisen bisnessuhteen luomiseen.

Tapaamisiin tulee pukeutua bisnesmalliin, tyylikkäästi, konservatiivisesti, tummiin pukeutuen. Yrityskortit vaihdetaan vapaamuotoisesti, kuitenkin ojentaen niin päin kortti, että vastapuoli saman tien näkee mistä on kyse ja muutenkin yleisesti käytäntönä on kohdella yrityskortteja

samoin kuin miten tulet kohtelevaan vastapuolen edustajia (Kwintessential, Finland - Language, culture, customs and etiquette).

Suomessa on muutamia tapoja ja käytänteitä joita oletetaan noudattavan, tapaamiseen men-
täessä.

Tapaamiset tulee varmistaa puhelinsoitolla tai sähköpostia lähettämällä ja tapaamisissa on oltava ajoissa, täsmällisyyttä arvostetaan. Tapaamisiin tulee myös valmistautua huolella ja kun osapuolet tapaamisessa nähdään, tulee kaikkia osapuolia kätellä sekä lähtiessä ja saapu-
essa, sekä luoda katsekontaktia mahdollisimman paljon. Työajat Suomessa yleensä alkavat ajoissa ja päättyvät ajoissa, sekä kesäkuusta, heinäkuu, elokuu ovat yleisesti suosittua loma-
aikaa, joten nämä tekijät tulee ottaa huomioon, kun esimerkiksi ajatellaan tekevän bisnek-
seen liittyvää vierailua Suomeen.

Tapaamisessa tulee pyrkiä mahdollisimman nopeasti suoraan itse asiaan menemistä ja jättää vähemmälle small talk. Tulee olla varautunut puhumaan toimitusehdoista, laadusta, määrästä, maksusta ja saatavuudesta, aikaisessakin vaiheessa tapaamista. Oma henkilökohtainen esiintyminen ja olemus tapaamisessa heijastetaan suoraan yrityksen luotettavuuteen ja toimi-
vuuteen, joten oman käytöksen tulee heijastaa yritykselle tärkeitä arvoja. Rehellisyyttä ja hyödyllisen, oikeaksi todistetun informaation jakamista arvostetaan, kuin myös innovatiivista, hyödyllistä, korkean laatutason omaavaa tuotetta. Neuvotteluissa tapana onkin edetä yllättävän nopeasti niin päätöksenteossa kuin hintakeskusteluihin liittyen.

Tuotetta ostaessa, suomalaisilla ei ole tapana hehkuttaa tuotetaan. Suomalaisilla on tässä tapauksessa tapana edetä asiassa hiljaa, jotta vastapuoli saadaan vakuuttuneeksi tuotteeseen liittyvistä ominaisuuksista ja siitä saatavasta hyödystä. Todella yksityiskohtaista tietoa on tapana antaa tuotteesta, materiaalin ohella, jota on tapana jaella tapaamisessa. Hinnasta voi aina neuvotella, mutta suomalaisia on vaikea saada muuttamaan hintaa, ennemmin, itse mak-
suehtoihin on paremmat mahdollisuudet vaikuttaa. (Haigh 2003, 123 -125).

Bisnestapaamisen valmistautumiseen liittyy olennaisena osana tapaamisessa käsiteltävän asi-
an mahdollisimman syvä tuntemus, sekä huolelliseen tutustumiseen kaikkeen saatuun materi-
aaliin. Tulee tuntea kulttuuri ja sitä kautta yritys jonka kanssa ollaan tekemisissä, jotta ei tule väärinymmärryksiä esimerkiksi lahjaan liittyvissä kysymyksissä. Joissakin kulttuureissa on loukkaus jos ei tuo lahjaa, joissakin lahjan antaminen voidaan tulkita lahjukseksi ja siis mais-
sa kuten Suomessa, lahjaa ei odoteta yritystapaamisessa, paitsi jos luodaan pitkäaikainen suhde ja matkustetaan jatkuvasti Suomeen. Lahjat ovat symbolinen tapa osoittaa kunnioitusta ja luoda pitkäaikaisia suhteita Eurooppalaisessa kulttuurissa. (Roberts, International Business Meetings).

2.3.2 SWOT

Oheisessa kaaviossa pyritään nostamaan esiin Suomen kulttuurille ominaisia sosiaaliseen käyttäytymiseen liittyviä piirteitä, ja analysoidaan niiden vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.

Vahvuudet	Heikkoudet
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rohkeus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Sinnikkyys</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rehellisyys</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rauhallisuus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Koulutus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Kollektiivisuus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Järjestelmällisyys</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Kommunikaatio</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Jääräpäisyys</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Kollektiivisuus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Ylemmyys/Alemmyys</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Itseluottamuksen puute</div>
Mahdollisuudet	Uhat
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rehellisyys</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rohkeus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Koulutus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rauhallisuus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Kollektiivisuus</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Itseluottamus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Jääräpäisyys</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Ujous</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Kollektiivisuus</div>

Kuvio 9: SWOT, Suomen kulttuurille käytökseen liittyvät ominaispiirteet

2.3.3 Vahvuudet

Suomalaisia tyypillisesti kuvaavia luonteenpiirteitä ovat rohkeus, sinnikkyys, rehellisyys, rauhallisuus ja järjestelmällisyys. Korkea koulutustaso ja tietty kollektiivisuus yhdistetään myös läheisesti suomeen.

Ei ole tapana luovuttaa aloittamaansa asiaa, vaikka tehtävä vaikuttaisi kuinka vaikealta, vaan loppuun asti pyritään jatkamaan ja täten saadaan luottamus myös vastapuolelta että sovitut asiat hoidetaan. Suomalaiseen on helppo luoda luottamus sillä hän kertoo rehellisesti ja suoraan asioiden laidan. Bisnestapaamisissa on myös tyypillistä, että vaikka kuinka hankala paikka tai tiukka tilanne päällä, suomalaiset pääosin pysyvät aina rauhallisina ja täten eivät anna tunteiden viedä päätöksentekoa rationaalisen ajattelun sijaan ja täten pystytään huomamaan, että suomalaisia ei ole helppo manipuloida.

Aika ja paikka on sovittu ennakkoon ja asioiden etenemisjärjestys kokouksessa on yleensä valmiiksi paperilla ja näin annetaan selkeä kuva missä järjestyksessä esimerkiksi ja miten asiat tulevat etenemään. Ollaan hyvin järjestelmällisiä ja halutaan, että asioilla on bisnestapaamisessa tietty selkeä etenemisjärjestys.

Rohkeus voidaan läheisesti liittää siihen, että uskalletaan ajatella laatikon ulkopuolella ja on rohkeutta keksiä uusia ja innovoivia tuotteita. Naisilla ja miehillä on yhtäläinen mahdollisuus menestyä ja koulutus on pienestä pitäen hyvällä tasolla, joten resurssit menestymiseen ovat ja suurimmaksi osaksi yhtäläiset. Hyvän koulutuksen ansiosta muun muassa englannin kielen taito on nuoresta pitäen jo hallinnassa.

2.3.4 Heikkoudet

Suomalaiseen luonteenpiirteeseen liittyviä heikkoja ominaisuuksia on muun muassa itseluottamuksen puute, kommunikaation vaikeus, tietty jääräpäisyys, epäonnistumisen pelko myöntämielisyys ja kollektiivinen ajattelutapa, sekä alemmuus tai ylemmyys kompleksi.

Suomalaiset ovat hyvin päättäväisiä ja itsepintaisia, mutta perusluonteeltaan voidaan kuitenkin sanoa, että suomalaiset ovat melko ujoja. Ei tykätä olla porukan äänekkäin ja sosiaalisessa kanssakäymisessä varsinkin ulkomaalaisten kohdalla voidaan odottaa, että toinen aloittaa keskustelun sen sijaan, että itse aloittaa. Kokoustilanteessa hiljaiset hetket ovat normaaleja.

On totuttu tekemään asiat tietyllä tavalla ja se koetaan hyväksi tavaksi ja siitä ei haluta poiketa. On niin sanottu putkinäkö eli on vain yksi oikea tapa toteuttaa asia, kuin taas ulkomalainen on valmis kokeilemaan uusia tapoja tehdä asiat.

Jostain syystä, on myös tapana ajatella samoin tavoin kuin kaveri vieressä, ei uskalleta aina ottaa riskiä ja kokeilla jotain täysin uutta ja tuntematonta. Tämä voi johtaa passiivisuuteen, tietynlaiseen jäykkyyteen esimerkiksi yrittäjyydessä ja pahimmassa tapauksessa epäilykseen ja luottamuksen puutteeseen, uuteen vieraaseen ideaan tai vaikka ihmiseen.

Ylemmyys tai alemmyys kompleksi näkyy siinä mielin, että suomalainen voi kokea vieraiden maiden olevan sivistyneempiä ja viisaampia tulla siihen johtopäätökseen, että muut toimivat todennäköisesti paremmin kansainvälisillä markkinoilla. Kolikon käänttöpuoli on se, että tunnetaan myös että ollaan parhaita, luotettavimpia ja ahkerimpia ihmisiä maailmassa ja ulkomaalaisiin on täten vaikea luoda luottamus.

2.3.5 Mahdollisuudet

Rehellisyys on ominaisuus, minkä merkitystä ei voi tarpeeksi korostaa. Sen avulla pystytään luomaan luottamuksellinen suhde yritysten välille, luotetaan toisen tekemiseen ja toimintaan. Suomalaiset nähdään kansana joihin voi luottaa ja tämä ominaisuus tekee suomalaisesta luotettavan yhteistyökumppanin ja kun tulevaisuudessakin uusia yrityksiä nousee ja maine on hyvä, Suomalaisten yritysten kanssa halutaan yhä enemmän käydä tulevaisuudessa kauppaa. Se antaa eräänlaisen pohjan jo valmiiksi ja kun mennään bisnestapaamiseen, vastakkaisen osapuolen ensimmäinen ajatus voi olla, että suomalainen on luotettava kumppani. Tämä avaa uusia mahdollisuuksia ja antaa valmiudet luoda pitkiäkin suhteita.

Rohkeuden avulla voidaan laajentaa toimintaa omien rajojen ulkopuolelle ja kysyä kaupan päättämiskysymys. Uskalletaan laajentaa toimintaa eikä vain tyytyä nykyiseen tilanteeseen, sekä uskalletaan kysyä suoraan miten asiat on. Moni arvostaa suorasukaisuutta ja niinhän se aina on kun luo jotain uutta tai tekee jotain uutta, pitää rohkeutta löytyä siihen uuteen ja tuntemattomaan. Rohkeuden avulla suomalaiset pystyvät tulevaisuudessakin kysymään suoraan kauppaan liittyviä kysymyksiä ja täten mahdollisesti saada paremman sopimuksen aikaan, sekä etsimään uusia markkinarakoja.

Rauhallisuuden avulla pystytään pitämään ikään kuin jalat maassa ja vaikka toinen osapuoli kävisikin kiivasta keskustelua, rauhallisuudella pystytään jopa rauhoittamaan koko tilanne. Ei anneta tunteiden vallata ja sanoa tai tehdä hätiköityjä ratkaisuja vaan pystytään keskittymään siihen olennaiseen. Tämä on myös jatkossa hyvä neuvottelukortti ja näyttää toiselle osapuolelle sen, että pahasta tilanteesta huolimatta pystytään keskittymään tärkeisiin asioihin eikä mennä sivuraiteille helposti, tiedetään että ei pystytä manipuloimaan.

Suomessa on korkea koulutustaso, mikä antaa kaikille valmiudet ja mahdollisuudet toimia ja menestyä kansainvälisillä markkinoilla. Englannin kielen osaaminen on olennaista kommuni-

koinnin osalta ulkomailla, sekä yritysten tiivis yhteistyö koulujen kanssa takaa sen, että rahoitusta on tarpeeksi myös kokeilla jotain uutta ja innovoivaa. Innovatiivisille tuotteillehan löytyy aina kysyntää ja kun mennään tapaamiseen todella hyvän tuotteen kanssa, antaa se jo paljon.

Vaikka Suomi onkin melko individualistinen yhteiskunta, tietynlainen kollektiivisuus silti vallitsee ja yhteisöllisyyden korostus voi olla suuri etu. Tiimityön merkitystä korostetaan tällä hetkellä alasta riippumatta ja etuna tässä on muun muassa se, että yhdessä voidaan pohtia asioita, eli on useampi silmäpari ja täten myös todennäköisesti enemmän ajatuksia ja ideoita tarjolla. Pystytään ottamaan esiin useita eri näkökulmia.

2.3.6 Uhat

Itseluottamuksen puute näkyy kaikessa, se voi näkyä jo tapaamiseen astuessa sisään kehonkieldestä. Suomalaisilla on tapana vähätellä omia saavutuksiaan ja varsinkin tapaamisissa, jos ei saada minkäänlaista tunnetta tai innostuneisuutta vastapuolella aikaan, ei lopputulos ole todennäköisesti positiivinen. Tulee uskoa omaan ideaan tai tuotteeseen ja hehkuttaa sitä tietyissä määrissä. Itseluottamuksen puute voi pahimmillaan johtaa siihen että suomalaiseen osaamiseen tai tuotteeseen ei enää uskota.

Varmasti hyvin monella kulttuurilla on tapana tehdä asiat omalla tavallaan, mutta siihen ei pidä jämähtää paikoilleen, vaan pitää pystyä oppia ja kunnioittaa myös muiden tapoja. Jos ei asioita tehdä juuri sillä tavalla kun on itse tottunut tekemään, tulee sopeuttaa omaa käytöstä toisen tapaan tehdä se ja siis omaksua ja hyväksyä se. Toinen osapuoli ei saa hyvää kuvaa toisesta jos korjaa joka asian mitä on tehnyt ja ei jätä varaa joustavuudelle ja mahdollisesti uudelle ajattelutavalle. Tämä voi johtaa siihen, että Suomesta saadaan itsekäs kuva ja tavallaan "liukuhihna" toimintamallin omaava maa, missä aina kaikki tehdään samalla tavalla, eikä haluta oppia muiden tapoja.

Suomalaiset ovat ujoa kansaa ja jutellessa, yleensä odotetaan että toinen osapuoli aloittaa keskustelun. Ei olla ulospäin suuntautuneita ja täten ei pystytä antamaan kaikkea itsestä irti. Monissa kulttuureissa on tapana puhua koko ajan ja olla aktiivinen, asiaa voidaan ajatella niin, että ei ole mitään ideoita tai asiaa jos on vain hiljaa.

Liiallinen kollektiivisuus voidaan nähdä myös vakavan uhkana. Tiimityön on tärkeitä, mutta ei saa unohtaa omaa individuaalisuuttaan ja omia ideoita tai ajatuksia. Pahimmillaan tämä voi johtaa siihen, että on tottunut tekemään vain tiimityötä ja ikään kuin vapaa matkustaa siinä tiimin mukana, ei edes heitä omia ideoita ilmoille vaan tyytyy jonkun muun näkemykseen ja unohtaa kokonaan oman idean. Tiimissä saattaa ilmetä myös se ongelma, että toki on erilaisia

näkökulmia ja ideoita, mutta tämä voi myös johtaa siihen, että tiimin päätöksenteko voi olla haastavaa.

2.4 Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurin ominaispiirteet

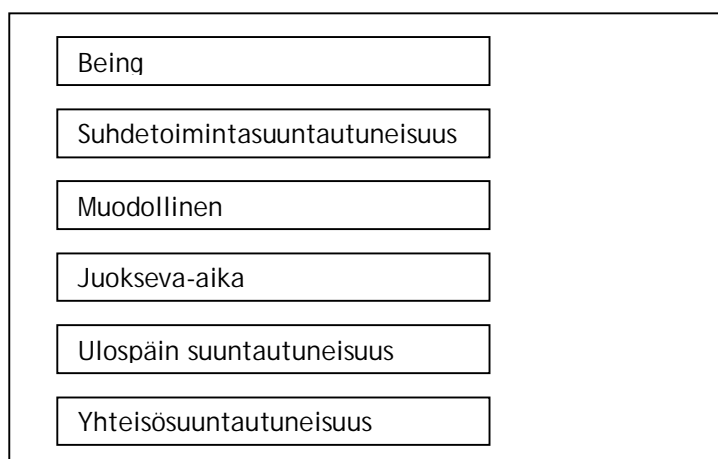
Yhdistyneet Arabiemiraatit sijaitsevat Lähi-idässä, missä vallitsee Arabikulttuuri ja islam on pääuskonto. Vielä muutama vuosikymmen sitten, Yhdistyneet Arabiemiraatit olivat hiekka-erämaata suurimmaksi osaksi, nyt se on kukoistava ja teknologisesti kehittynyt valtio, missä öljy takaa sen, että rahasta ei ole puutetta. Yli 80 % maan väestöstä on siirtotyöläisiä ja heidän, sekä öljyn avulla, Yhdistyneistä Arabiemiraateista on noussut Lähi-idän bisneskeskus. Uskonto vaikuttaa näkyvästi ihmisten elämään Yhdistyneissä Arabiemiraateissa.

Arabikulttuuri on yhteisöllinen kulttuuri, missä perinteisen suomalaisen "hei mitä sinulle kuuluu? Miten työt?", sijaan kysytään "miten sinulla menee? entäpä perhe, isä, äiti ja isovanhemmat, mitä teille kaikille kuuluu?". Omista henkilökohtaisista asioista ei ole tapana niinkään puhua, arabikulttuuri on heimokulttuuri. Perhe on kaikki kaikessa, miehen ja naisen roolit selvät, sekä se on myös suhdusuuntautunut kulttuuri ja tyypillisessä Arabialaisessa kodissa asuu monta sukupolvea saman katon alla. Sosiaalista statusta korostetaan ja yhteiskunnallinen asema määräytyykin pitkälti syntyperän mukaan. (Käri - Zein 2003, 80).

2.4.1 Geert Hofsteden analyysi Yhdistyneistä Arabiemiraateista, valta-, epävarmuudensieto-, maskuliinisuus-, sekä individualismi-indeksien mukaan

Alueelle jossa Yhdistyneet Arabiemiraatit sijaitsee, on suuri vallan etäisyys ja korkea epävarmuuden sieto ovat vallitsevat piirteet tällä alueella. Tämä osoittaa, että oletetaan ja hyväksytään, että johtajat erottavat itsensä ryhmästä ja määräävät tiettyjä toimintaohjeita. Ihmiset ovat todella korkeasti suuntautuneita seuraamaan ohjeita, lakeja ja säännöksiä, jotta voitaisiin vähentää epävarmuuden määrää. Korkea epävarmuuden siedon aste, osoittaa yhteiskunnan alhaisen kärsivällisyytason epävarmuuteen. Yhteiskunta ei mielellään hyväksy muutosta ja pelkää ottaa riskejä. Korkean vallan etäisyys ja epävarmuuden sieto yhdistettynä, syntyy tilanne jossa johtajilla on ylin valta ja määräämisvalta ja määrättyt säädökset, lait, ohjeet on luotu vahvistamaan hallitsijan omaa valtaa ja kontrollia.

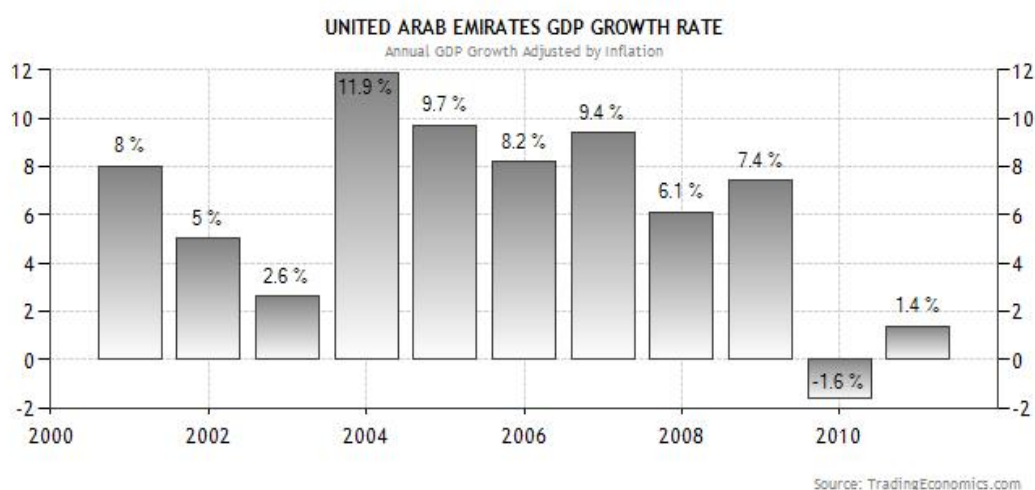
Hofsteden maskuliinisuusindeksi, osoittaa, että naisilla on rajalliset oikeudet, mikä saattaa johtua enemmän uskonnosta kuin itse kulttuuriin liittyvistä asioista johtuen. Hofsteden individualismi-indeksi on todella alhainen, mikä osoittaa, että Yhdistyneet Arabiemiraatit ovat hyvin kollektiivinen yhteiskunta. Uskollisuuden merkitys on todella tärkeää ja se jopa ohittaa useimmat sosiaaliset säännöt. (Taylor, Geert Hofstede analysis United Arab Emirates).



Kuvio 10: Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurille ominaisia piirteitä (Käri - Zein 2003, 17)

2.4.2 Yhteiskunnan hyvinvointi ja sen avainlukuja lyhyesti

Yhdistyneillä Arabiemiraateilla ovat valtavat luonnonvarat ja sen myötä saadut resurssit kehittää maata. Yhdistyneet Arabiemiraattien rikkaista ja valtavista luonnonvaroista kertoo se, että se on alueensa neljänneksi suurin raakaöljyn viejä, Saudi-Arabian, Irakin ja Iranin jälkeen ja sillä on laskettu olevan maailman kuudenneksi suurin raakaöljy varannot sekä maailman seitsemänneksi suurimmat varannot maakaasua. (UAE Yearbook 2010, 86).



Kuvio 11: Bruttokansantuotteen volyymin vuosimuutos, prosenttia (Trading Economics 2011)

Yhdistyneiden Arabiemiraattien BKT laajeni 1.4 prosenttiin, vuoden 2010 viimeisellä vuosineljänneksellä, verrattuna vuoden 2010 ensimmäiseen vuosineljännekseen. Vuosina 2000-2010,

Yhdistyneiden Arabiemiraattien keskimääräinen vuosineljännes BKT:n kasvu, oli 6.19 %. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on avoin talous, johon sisältyy korkea tulotaso henkilöä kohden, sekä korkea vuosittainen vaihdon ylijäämä. Bruttokansantuote ainoastaan öljyyn ja kaasuun perustuen on laskenut 25 prosenttiin. Öljyn löytymisen myötä, sekä myös laajojen maakaasuvarantojen ansiosta, Yhdistyneet Arabiemiraatit on kokenut valtavan muodonmuutoksen, se on kehittynyt pienestä aavikkovaltiosta moderniksi valtioksi, jossa on korkea elintaso.

Yhdistyneitten Arabiemiraattien talous on virkistynyt, kiitos sen raha- ja talouspäättäjien vahvan reaktion yleiseen taloustilanteeseen liittyen ja öljyn hinnan nousun. Yhdistyneitten Arabiemiraattien nopean ja päättäväisen päätöksen johdosta tukea paikallista taloutta, on se myös johtanut taloudelliseen hyvinvointiin. (Trading Economics 2011).

2.5 Yhteiskulttuuriin liittyvä sosiaalinen käytös

Yhteiskulttuurissa pyritään kuvailemaan miten ihmisillä Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, sen yhteiskunnassa, on tapana käyttäytyä ja toimia. Tässä ei siis keskitytä kulttuurin mihinkään muuhun osa-alueeseen kuin kohtiin, jotka ratkaisevasti vaikuttavat tapaan käyttäytyä Yhdistyneiden Arabiemiraattien yhteiskunnassa. Keskitytään samoihin asioihin kuin Suomen mallissa, eli uskontoon, arvoihin, tapoihin, sekä sosiaalisiin trendeihin.

2.5.1 Uskonto

Islam toimii valtauskontona ja sitä ei pidetä pelkkänä uskontona, vaan elämäntapana, mikä yhdistää miljoonia ihmisiä. Islaminuskoisia kutsutaan muslimeiksi ja he uskovat, että maailman synty ei ollut sattumaa vaan luoja eli Allahin mukaisesti toteutettu suunnitelma. Islam tarjoaa uskoville tarkat tapaohjeet, joita seuraamalla saavutetaan rauha, harmonia, sekä menestystä tässä ja tuonpuoleisessa elämässä. Uskotaan yhteen jumalaan ja hänen luomiinsa enkeleihin, profeettoihin ja tuomiopäivään.

Islamin pyhä kirja on Koraani ja se sisältää Allahin, maailmankaikkeuden luoja ja ylläpitäjän ilmoitukset ihmiskunnalle. Korostetaan, että kaikkien tehtävä on opiskella Allahin tahtoa ja elää hänen tahtonsa mukaan. Koraani on selkeä ohjekirja elämälle.

Jokaisen muslimin tulee noudattaa ja toteuttaa 5 islamin peruspilaria. Yksi jumala: Shahada, uskontunnustus, rukoukset: Salat, almujen anto: Zakat, paastoaminen: Saum ja pyhiinvaellus: Hajj. Rukoukset vahvistavat ja syventävät uskoa Jumalaan, sekä myös innostavat ihmisiä pyrkimään kohti korkeampaa moraalilla tavoin, kun Jumalan antavat ilmestykset Koraanissa ja Profeetta Muhammedin esimerkki kehottavat. Rukoukset puhdistavat sydäntä ja ovat keinoja hillitsemään haluja ja kiusauksia toimia väärin tai tehdä paha. (Käri - Zein 2003, 64 - 65).

Moskeijoita eli paikkoja joihin mennään rukoilemaan, on Yhdistyneissä Arabiemiraateissa paljon ja ne ovat osa katukuvaa. Niissä on yleensä erikseen rukoustilat miehille ja naisille ja rukoustitiloja esiintyy niin kauppakeskuksissakin kuin hotelleissa. Rukoushetket määrittävät päivän tahtia.

Länsimaisen ja Lähi-idän maailmankuvien ero antaa hyvän selityksen sille miksi esimerkiksi muslimi käyttäytyy monissa tilanteissa eri tavoin kuin länsimaalaiset. Esimerkiksi tuonpuoleiset henkiolennot nähdään ottavan aktiivisesti osaa, jopa liike-elämään. Tietämättömyys islamin uskonnollisesta perimästä ja siihen kuuluvista tavoista, on johtanut monen länsimaisen liikemiehen ja liikeneisen vaikeisiin tilanteisiin, mikä on voinut johtaa kaupanteon kariutumiseen. Islamin vaikutukset liike-elämään erityisesti korostuvat Ramadanin pyhän kuukauden aikana, sillä tänä aikana liike-elämässä toimiminen on hankalaa. Työaika lyhennetään, ravintolat ovat kiinni, syödään yöt ja paastotaan päivät. (Käri - Zein 2003, 71 - 73).

2.5.2 Arvot

Suurin ja näkyvin ero on "aika on rahaa" - mentaliteetin ja arabikultuurin välillä on arvoissa ja asenteissa, esimerkiksi jos myöhästytään kokouksesta, arabi ajattelee, että kyseessä on jumalan tahto.

Tärkeimmiksi arvoiksi voidaan nostaa vieraanvaraisuus, kunnia, sekä varallisuus & raha. Arabikoti on erittäin vieraanvarainen ja vierasta pidetään kuninkaana. Kunniakäsitys liittyy erittäin läheisellä tavalla arabien sosiaaliseen verkostokäyttäytymiseen, jossa miehellä on muun muassa kunnia puolustaa perhettään ja omiaan perheen kunniaa voidaan pitää tärkeimpänä asiana.

Raha ja varallisuuserot ovat usein merkittäviäkin ja henkilön sosiaalinen paikka yhteiskunnassa on tapana mitata yleensä rahalla ja varallisuudella. Tavoitteena on tulla rikkaaksi tai päästä johonkin hyvään julkisen vallan asemaan, laajan vaikutusvaltaisen sosiaalisen verkoston luominen, autoja, taloja, lapsia. Nämä olivat vain muutamia Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurissa vallitsevia arvoja ja näihin pyritään muun muassa sen takia, että ne takaavat turvallisuudentunteen ja itsevarmuuden.

Sosiaalinen status on erittäin tärkeää ja asema yhteiskunnassa määräytyy pitkälti syntyperän mukaan. Yhteiskuntaluokkien väliset erot ovat suuret ja esimerkiksi sosiaalisessa kanssakäymisessä korostuu statuksen merkitys. Vaikutusvalta on kaikki kaikessa, jopa lakia voidaan tulkita eri tavoin. Jos on tarpeeksi vaikutusvaltaa tai vaikutusvaltaisesta perheestä, heidän katsotaan antaneen niin paljon maalle, että lakia sovelletaan paljon lievemmin heihin kuin normaaliin kansalaiseen. (Käri - Zein 2003, 76 - 83).

2.5.3 Tavat

Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on monia käyttäytymiseen ja tapoihin määriteltyjä sääntöjä, joita rikkomalla voi joutua jopa vankilaan tai varsinkin bisnesneuvotteluissa, pilaa neuvotte-
lut. Tapoja on monia ja länsimaalaiselle normaali tapa kuten peukalon nostaminen pystyyn ok merkiksi, voidaan kokea loukkaavana eleenä Yhdistyneissä Arabiemiraateissa.

Naisen moraalinen käyttäytymisen katsotaan olevan suoraan verrannollinen perheen kunniaan ja naisille on muun muussa syntynyt tietynlaisia sosiaalisia käyttäytymistapoja joilla pyritään välttämään kiusallisia tilanteita. Muun muussa on ehdottoman kiellettyä naisen olla miehen kanssa kaksisten samaan aikaan huoneessa, eikä liian tuttavallisestikaan saa suhtautua mies-
puolisiin kollegoihin. Länsimaisen liikemiehen kannattaa siis välttää kiinnittämästä huomiota yrityksen naispuolisiin työntekijöihin.

Rakennukseen sisään astuessa, kengät tulee poistaa jalasta ja tapana on seurata isäntää. Mus-
limin uskontoa harjoittavat eivät syö sianlihaa tai käytä alkoholia. On useita tervehtimisen muotoja ja tapoja käytössä ja parasta olisikin antaa vastapuolen tehdä ensin aloitteen jotta voidaan reagoida tilanteen vaatimalla tavalla siihen, miehet kättelevät miesten kanssa, mutta perinteisempi tapa on oikeasta kädestä kiinniottaminen ja vasemman käden laittaminen toi-
sen oikeaan olkapäähän ja antaa suukot poskille.

Vasenta kättä pidetään kaikissa tapauksissa saastaisena ja sitä käytetään lähinnä hygieenisiin tarkoituksiin, aina tulee tervehtiä ja syödä oikealla kädellä. Istuessa, ei tule laittaa jalkoja ristiin, sekä kengänpohjan tai jalkapohjan näyttämistä pidetään loukkaavana, kuin myös peu-
kalon pystyyn näyttämistä. (NASIR, United Arab Emirates, Behaviour).

Elehditään paljon keskustellessa, pää ja kädet liikkuvat paljon ja silmien/kulmakarvojen käyt-
tö on myös tärkeä osa ilmeikästä keskustelua. Ilmeillä voidaan sanoa paljonkin ja tästä voi muodostua ongelma länsimaalaiselle esimerkiksi bisnesneuvotteluissa, joissa viestitään paljon ilmeillä ja eleillä. Kun suomessa esimerkiksi heilutetaan päätä oikealta vasemmalle, tarkoite-
taan sillä yleensä ei, sama asia voidaan ilmaista Yhdistyneissä Arabiemiraateissa pienenä kul-
makarvojen kohottamisena. (Käri - Zein 2003, 90).

2.5.4 Sosiaaliset trendit

Tutkimukset ovat osoittaneet, että Yhdistyneiden Arabiemiraattien internetin käyttäjillä on maailman toiseksi eniten jäsenyyksiä sosiaalisten verkostojen sivuilla. Sosiaalisia verkostoja käytetään tapana esimerkiksi sukupuolten välillä kommunikointiin, sillä muualla se ei välttä-

mättä olisi mahdollista. Yhdistyneet Arabiemiraatit on paikka mikä on hyvin kytköksissä muuhun maailmaan, se on sekoitus eri kulttuureja ja ihmisiä (Menon 2008).

Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on muutamia asioita joista ei suvaita puhuttavan, sekä muutama aihealue josta puhuttavan nähdään suotuisaksi. Naiset ovat herkkä aihe ja ei ole tapana edes ohimennen kysäistä kollegalta esimerkiksi miten vaimo voi. Israelista puhuminen nähdään myös epäsuotuisana aihealueena, kun taas esimerkiksi urheilu yhdistää ja on suosittua joten se on hyvä puheenaihe. (United Arab Emirates, Communication).

Bisnestapaamisissa arvostetaan sitä, että asioita hoidetaan kasvotusten, henkilökohtaisesti paikan päällä sen sijaan, että ollaan paljon esimerkiksi sähköpostilla yhteydessä.

2.5.5 Symboliikka

Lahjan antamisella ei ole oikeastaan paljon yhtään perinteitä Yhdistyneissä Arabiemiraateissa. Sitä ei oleteta tuovan, mutta jos sellainen päätetään tuoda, on muutama asia mikä tulee muistaa lahjaa ostaessa ja antaessa. Lahja ei saa sisältää alkoholia, siis mitään tuotetta mikä sisältää alkoholia, myöskään lahjat jotka sisältävät sianlihaa tai siipikarjaa esimerkiksi on kiellettyä. Vaatteet, jotka ovat liian henkilökohtaisia annettavaksi lahjaksi, kaikki koiriin liittyvä sillä koiria pidetään likaisena, sekä esimerkiksi terävän esineen antamista kuten veitsen, sillä terän katsotaan symbolisesti rikkovan suhteita, on kiellettyä.

Esimerkkinä hyvästä lahjasta, voidaan pitää kompassia, sillä jokaisena päivänä tulee suuntautua Mekkaan päin rukousta varten, joten tämän avulla helposti löydetään oikea suunta.

Lahjat tulee muistaa aina ojentaa oikealla kädellä tai molemmin käsin, ei koskaan vasemmalta. (Roberts, International Business Meetings).

2.6 Yrityskulttuuri

Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurille on tyypillistä, että työviikot ovat Suomen maanantaista perjantai mallin mukaisesti poikkeuksellisia, sunnuntaista torstaihin.

Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuuri määritellään "being"-kulttuuriksi, jossa aika on joustava käsite, sekä Jumala Allah yksin kontrolloi luontoa ja aikaa. Tämän vuoksi esimerkiksi organisointiin suhtaudutaan eri tavoin kuin Suomessa. Suunnitelmat ovat hyviä aikomuksia joihin tähdätään, kulttuuriin kuuluu tietynlainen joustavuus ja voidaankin ajatella, että "jumala tahtoi nyt näin" jonka jälkeen tehdään uudet suunnitelmat joihin tähdätään.

Kaikki tärkeimmät asemat on miehitetty tärkeimpien sukujen edustajilla. Arabikulttuuri on yhteisöllinen kulttuuri, jossa ei voi liiaksi korostaa suhteiden tärkeyttä. Arabi haluaa tietää ja tutustua kunnolla henkilöön jonka kanssa hän käy kauppaa ja henkilökohtaiset, sekä sosiaaliset asiat ovat pääosassa henkilöiden välisessä kommunikoinnissa. Tehdään kauppaa "ystävien" kesken joten suhteiden luomiseen on varattava huomattavasti aikaa ja sosiaalinen verkosto onkin avain kauppoihin. Kilpailu on kovaa, suhteita tarvitaan, mutta on myös oleellista tietää, mitkä ovat strategisesti merkittäviä suhteita.

Yhdistyneissä Arabiemiraateissa bisneskulttuurille on ominaista myös niin sanottu välittäjähenkilö, joka toimii siis kahden osapuolen välillä tiedon eteenpäin viejänä. Mitään radikaalia ei oikein kannata ehdottaa vaan kannattaa arabikumppanin ensin ehdottaa, kuuntelun merkitystä ei voi myöskään tarpeeksi korostaa. Pyritään siihen, että löydetään kontaktihenkilö jonka kanssa yhteistyö toimii ja täten pyritään pitämään yrityksen kontaktihenkilö samana mahdollisimman kauan.

Suorasukaisuuden ja rehellisyyden sijasta, pääosin keskitytään siihen, mitä toinen haluaa kuulla, arabit ovat hyvin kohteliaita ja keskustelu voi olla luonteeltaan jopa semmoista, että keskusteltaessa pyritään vain olla loukkaamatta vastapuolta. Arabeille on myös tyypillistä, että he ovat erittäin hyviä ilmaisemaan asiansa ja täten korostavat sanojen merkitystä. Voidaankin sanoa, että tapa jolla asia ilmaistaan on itse asiassa tärkeämpi kuin itse asiasisältö. On myös tapana, että käytetään paljon ilmeitä, eleitä ja puhutaan lujaa, tunnetta käytetään aseena, jotta saadaan viesti perille. Kommunikaatio yleisesti ottaen Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on korkea kontekstista, tarkoittaen, että paljon kontekstuaalista informaatiota on tiedossa henkilöistä, joiden kanssa ollaan vuorovaikutuksessa ja tehdään bisnestä. (Käri - Zein 2003, 114 - 118).

Suunnitteluprosessi korostaa henkilökohtaisten suhteiden luontia. Suunnitteluprosessi esimerkiksi tarkkojen suunnitelmien tekeminen, koetaan vieraaksi ja suunnitelmat yleensä jätetään melko löyhiksi. Tämä johtaa siihen, että käytännön toteutusvaihe vie paljon aikaa ja joka välissä tulisi henkilökohtaisesti tavata ja neuvotella. Suunnitelmien yksityiskohtiin myös on syytä kiinnittää paljon huomiota sillä suunnitelmissa on yleensä paljon mahdollisuuksia väärinkäsityksille, monikulttuurisesta sopimuksesta puhuttaessa normaalia käytäntöä ei ole olemassakaan.

Neuvottelutilanteessa, vastapuolella on usein henkilö jolla on miljardiomaisuus, kyse saattaa olla arabille enemmänkin rakkaudesta kaupankäyntiin kuin esimerkiksi elannon hankkimisesta. Miljoonan dollarin kysymys onkin, miten saada arabyritys kiinnostumaan esimerkiksi suomalaisyrityksen tuotteesta ja miten motivoidaan arabyritys sijoittamaan aikaa, rahaa ja resurssejaan johonkin uuteen? Pitää pystyä herättämään arabikumppanissa kilpailuhenkisyys jota ei

voi mitata rahassa. Tämä onnistuu innovoivan tuotteen avulla ja siis pelkistettynä sillä perusidealla, että pystytään antamaan parempi tuote kuin mitä kilpailijat pystyvät tarjoamaan. (Käri - Zein 2003, 108 - 112). Itse tuote on totta kai todella tärkeä jotta pystytään luomaan onnistunut businessuhde, mutta se myös miten asia ilmaistaan paikan päällä tapaamisessa on todella oleellista.

2.6.1 Käytös bisnestapaamisessa

Nimet voivat olla yleisesti ottaen pään pyörälle laittavia, joten olisi tärkeää selvittää vastapuolen nimet englanniksi ja siis selvittää miksi heitä tulee kutsua, ennen tapaamista. Henkilöiden status on tärkeä ja se tuleekin huomioida käyttäen oikeaa arvonimeä puhuttaessa jollekin. On myös erittäin tärkeää kokoushuoneeseen astuessa tervehtiä ja huomioida vanhin henkilöä huoneessa ensin, kunnioitus on todella tärkeää. Tähän liittyy muun muassa myös ylösnouseminen vanhemman henkilön astuessa huoneeseen sisään, seisominen vanhimmalle puhuttaessa, sekä ruoan tarjoileminen vanhimmalle ensin. Kättely on tavanomaista ja se voi kestää pitkänkin aikaa, on normaalia odottaa että toinen osapuoli ensin ojentaa kättään. Läheisimmille ystäville poskille suuteleminen ja kädestä pitäminen kadulla on tavanomaista. Oikeaa kättä tulee käyttää kätellessä, syödessä, esinettä ojentaessa, sillä vasenta pidetään saastaisena.

Myös henkilökohtaisen tilan käyttö Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on vaatimattomampi kuin länsimaalainen voi olla tottunut. Tällä tarkoitetaan sitä, että kun toinen lähestyy todellakin lähelle, on töykeää ottaa askel taaksepäin. (U.S - U.A.E. Business council 2011).

Pukeutumiseen liittyen, miehille riittää yleensä perinteinen business-pukeutuminen, naisille se on tarkasti määriteltyä. Naisten tulee ottaa huomioon, että hameen pituus on riittävä, nilkat piiloon ja olkapäät eivät saisi näkyä. Naisilla myös pitäisi olla paljon kultaa ja korujen isoja ja näyttäviä.

Yleisesti ottaen tapaamiset on hyvä sopia ajoissa, parhaiten kontaktointi onnistuu sähköpostitse, puhelimitse tai faksilla. Arvostetaan henkilökohtaisuutta, itse paikan päällä olemista ja mitä henkilökohtaisempi tapaamisen sopimistapa on, sitä parempi. Aika käsite tapaamisissa on hieman joustava ja länsimaalaisen odotetaan tulevan ajoissa tapaamiseen, mutta yleistä on, että vastapuoli ei välttämättä ole paikalla sovittuun aikaan joten odottamiseen on hyvä varautua. Tätä ei pidä tulkita loukkauksena vaan ajatellaan, että niin nyt vain sattui tapahtumaan, jos jumala suo niin kaikki on hyvin. Aika saattaa myös nousta ratkaisevaksi tekijäksi myyntitilanteessa, halutaan testata myyjää kuinka tosissaan hän on. Arabin mieltä hivelee kun hänen vuokseen joustetaan ja korostetaan kumppanin ystäväluonnetta, esimerkiksi paluu-

lennoista voidaan joustaa ja sanoa, että "vain teidän vuoksenne". (Käri - Zein 2003, 115 - 117).

Vieraanvaraisuutta pidetään korkeassa arvossa ja kokouksiin kuuluukin läheisesti kahvia ja leivoksia. Tarjottaessa, näistä kieltäytyminen voi loukata toista osapuolta, sillä on tapana ottaa vastaan isännän tarjoamat ruoat ja juomat jotta voidaan kunnioittaa hänen vieraanvaraisuuttaan. Istuessa on syytä huomioida, että kengänpohjia ei saa ikinä näyttää, se on suuren epäkunnioituksen merkki. (U.S - U.A.E. Business council 2011).

Itse neuvottelutilanteessa paikalla saattaa olla useampikin henkilö, eikä missään vaiheessa ilmene keitä he ovat, voidaan siis puhua kirjaimellisesti yhteisöllisestä neuvottelukulttuurista. Puhuminen voi olla hyvinkin äänekkästä ja eleitä voidaan käyttää paljon. Kyllä ei suoranaisesti välttämättä tarkoita kyllä, vaan pikemminkin ehkä. Tapaamisissa on myös tyypillistä, että niitä keskeyttävät puhelinsoitot ja vierailut ystäviltä tai perheeltä, monia asioita hoidetaan samanaikaisesti ja siis keskeytyksiä pidetään tervetulleina. Tapaamisissa myös on oleellista huomata, että yleensä henkilö joka esittää eniten kysymyksiä, on itse asiassa vähiten tärkein henkilö kokouksessa, itse päätöksentekijä on todennäköisesti hiljainen tarkkailija. (United Arab Emirates Communication).

Raha-asioista, kustannuksista ja hinnoista puhuttaessa, arabit ovat vahvoilla kun puhutaan tinkimisestä, he rakastavat retorisia ja ystävyyttä korostavia neuvotteluita, joissa hinnoittelussa korostuu ystävyys, "vain teitä varten". Neuvottelusopimuksissa sopimus jää yleensä löyhäksi, kaikki vaikuttaa kaikkeen malliin ja yksityiskohdista ja vastaavista onkin tapana neuvotella vielä erikseen.

Kokouksen katsotaan loppuvan, kun sen loppuminen tuntuu sopivalta, on tärkeää ettei näytä kiireiseltä, vaan on varattava runsaasti aikaa ja tilaa yllätyksille. (Käri - Zein 2003, 116 - 118).

2.6.2 Arabivieras Suomessa

Arabivieras arvostaa Suomea puolueettomana maana, sekä osaamiskeskuksena. Arabit arvostavat Suomea, suomalaisia, puhdasta luontoa ja teknologiaa, kaiken kaikkiaan he ovat kovin pyyteettömiä ja heitä tuleekin kohdella kuin ketä tahansa normaalia vierasta. Huomaavaisuutta ja yhdessäoloa tulee korostaa, vierasta ei ole hyvä jättää yksin ja mitä enemmän vieralla on erilaisia ystäviä, sen paremmin hän voi. Arabit ovat joustavia luonteeltaan ja tulevatkin mielellä käymään suomalaisen kotona, tällöin ruokaa kannattaa olla hieman normaalia enemmän, mutta tärkeintä on yhdessäolo. Ruokaa ja juomaa tarjoillessa tosin hyvä on muistaa, että sianlihaa kannattaa välttää ja alkoholia on hyvä olla tarjolla, ei hirveän näkyvästi

keskellä pöytää vaan esillä vain sivupöydällä jota arabivieras voi halutessaan käydä hakemassa ja siis kannattaa itsekkin hillitä omaa juomista jos vieras ei itse juo tippaakaan.

Suomalaista kulttuuria myös arvostetaan ja vieraille voidaan antaa uniikki kokemus viemällä jääkiekko-otteluun, oopperajuhliin tai vaikka saunaan. Nämä asiat riippuvat ystävyyden kestosta, laadusta ja persoonasta, tulee tarkastella tilannetta. (Käri - Zein 2003, 135 - 137).

2.6.3 SWOT

Vahvuudet	Heikkoudet
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Kunnioitus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Vieraanvaraisuus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Ilmaisutaito</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Ajan käyttö suhteen luomiseen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rakkaus bisnekseen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Laaja sosiaalinen verkosto</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Koulutus</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Byrokratia</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Sosiaalinen status</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Täsmällisyys</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Ajan käyttö suhteen luomiseen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Laaja sosiaalinen verkosto</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Eleet</div>
Mahdollisuudet	Uhat
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rakkaus bisnekseen</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Laaja sosiaalinen verkosto</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Vieraanvaraisuus</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Koulutus</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Islam</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Kunnia</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Tavat</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">Rakkaus bisnekseen</div>

Kuvio 12: SWOT, Yhdistyneiden Arabimiraattien kulttuurin käytökseen liittyvät ominaispiirteet

2.6.4 Vahvuudet

Kulttuurille on tunnusomaista toisen kunnioitus ja vieraanvaraisuus. Nämä arvot näkyvät kaikissa toiminnassa ja niitä myös odotetaan vieraalta. Bisnesneuvotteluissa vanhimman huomioon ottaminen ja isännän antimien huomioiminen liittyvät läheisesti näihin. Vieraille tulee tervetullut olo ja bisneksen tekeminen voi sujua paljon luontevammin, kun vastaanottokin on niin lämmin. Arabit osaavat ilmaista asiansa taitavasti ja arvostavatkin, että myös vieraat selittäisivät asiat taitavasti ja jos ei taitavasti niin hiljaa ja mahdollisesti jopa voi toistaa samat asiat jotta viesti varmasti välittyy.

Laaja sosiaalinen verkosto on tärkeä ja bisnestä onkin tapana tehdä ystävien kesken. Laaja sosiaalinen verkosto mahdollistaa periaatteessa rajattomat mahdollisuudet ja antaa vaikutusvaltaa yhteiskunnassa. Tähän läheisesti liittyy ystävyysuhteen luominen, johon voi kulua vuosiakin aikaa, mutta kun se on luotu, on bisneksen tekeminen paljon helpompaa ja bisneksen tekemiseen ystävien kesken, sisältyy asiat kuten ystävyysalennus hinnasta. Ystävyysuhteita bisneksessä arvostetaan ja kun suhde on luotu, tunnetaan toinen hyvin ja tiedetään että häneen voi luottaa ja saadaan samalla pitkäaikainen bisneskumppani.

Suurimpien yritysten edustajilla on niin paljon rahaa että bisneksessä ei ole enää kyse joka-päiväisestä elannosta, vaan kyse on rakkaudesta kaupantekoon. Kaupankäyntiä arvostetaan ja se nähdään erittäin tärkeänä asiana, vaikka motiivit itse kaupantekoon muuttuisivatkin.

2.6.5 Heikkoudet

Rattaat voivat pyöriä hyvinkin hitaasti koneistossa ja päätöksenteko kestää. Myös tästä syystä olisi hyvä olla arvovaltaisia tuttuja jotta rattaat pyörisivät nopeammin.

Sosiaalinen status jo syntymästä asti määrää tulevaisuutta ja sen mahdollisuuksia. Jos syntyy työläisperheeseen, etenemismahdollisuuksia korkealle ei juuri ole, sillä kulttuuriin kuuluu olennaisena osana perheen asema yhteiskunnassa ja perheen tuttavapiiri. Mitä arvovaltaisempaa ja enemmän tuttavuuksia löytyy, sitä paremmat mahdollisuudet edetä ja lakejakin voidaan tulkita hieman eri tavoin.

Kun länsimaalainen arvostaa täsmällisyyttä bisnesneuvotteluihin saapumiseen liittyen esimerkiksi, Yhdistyneissä Arabiemiraateissa käsite on hieman löyhempi. Allah valvoo ja kontrolloi aikaa ja luontoa, joten jos neuvotteluista esimerkiksi ollaan myöhässä, nähdään se Allahin tahtona, länsimaalaiselta täsmällisyyttä odotetaan vaikka itse olisikin myöhässä.

Suhteen luomiseen voi kulua pitkäkin aika, puhutaan vuosista. Tulee olla todella kärsivällinen ja todellakin arvostaa ja olla koko ajan tarkkana suhdetta luodessa. Yksikin virhe voi johtaa suhteen purkautumiseen ja täten aikaa on mennyt paljon hukkaa. Laajan sosiaalisen verkoston avulla saadaan arvovaltaa ja pystytään luomaan bisnessuhteita, mutta voi olla hyvinkin vaikeaa saada kontaktia tai edes hyviä bisnes mahdollisuuksia aikaan jos esimerkiksi maahan tullessa ei ole hyvää kontaktiverkostoa joista suhdetta on hyvä lähteä luomaan. Tämä voi olla isokin ongelma monelle länsimaalaiselle, jotka ensimmäistä kertaa tulevaa Yhdistyneisiin Arabiemiraatteihin.

Eleet ovat hyvinkin tyypillisiä bisnesneuvotteluissa. Kulmakarvojen kohotuksella voidaan tarkoittaa enemmän kuin tuhat sanaa ja ulkomaalaisen tulisikin osata tulkita rivien välistä mitä pyritään sanomaan. Arabeilla ei ole tapana olla yhtä suorasukaisia kuin esimerkiksi suomalaisilla ja tuntuu että välillä, arabit eivät ymmärrä sitä tosiasiaa, että kaikki eivät välttämättä aina ymmärrä heidän eleitään joilla voi olla jokin piilomerkitys.

2.6.6 Mahdollisuudet

Rakkaus bisnekseen voidaan myös totta kai nähdä tärkeänä tulevaisuudentekijänä. Vaikka kyse ei olisikaan niin enää jokapäiväisen elannon hankkimisesta, rakkaus kaupankäyntiin ajaa kohti uusia haasteita ja mahdollisuuksia. Jaksetaan vielä laajentaa toimintaa ja tinkiä, nämä ominaisuudet voivat ajaa kohti uusia ulottuvuuksia ja kyllähän se kaupanteon hetkellä näkyy asiakkaallekin jos oikein rakastaa mitä tekee. Tämä helpottaa kaupankäyntiä myös itse teko-hetkellä.

Laaja sosiaalinen verkosto antaa mahdollisuuden laajentua myös kansainvälisille markkinoille. Suhteita luodessa voidaan saada esimerkiksi kontakteja joiden kautta bisneksen tekeminen helpottuu. Toimintaa pystytään mahdollisesti tätä kautta laajentamaan ulkomaille ja näin päästä uuteen potentiaaliseen toimintaympäristöön.

Vieraanvaraisuudella varmistetaan, että ulkomaalainen esimerkiksi bisnesneuvotteluihin tullessa, tuntee olonsa mahdollisimman kotoiseksi ja täten viihtyy vallinnoivassa ympäristössä. Bisneksen teko helpottuu huomattavasti kun ilmapiiri on oikeanlainen ja vieras tuntee itsensä tervetulleeksi ja myös bisneksen teon jälkeen vieras varmasti haluaa tulla vielä takaisin. Tämä asenne houkuttaa paljon ulkomaalaisia ja täten mahdollisuus kansainväliseen kauppaan paranee.

Koulutus on Yhdistyneissä Arabiemiraateissa huippuluokkaa. Kansainväliseen bisnekseen keskitytään ja englannin kielen taito on ennemminkin sääntö kuin poikkeus. Toki, kun uskonnolla

on niin tärkeä merkitys, siihen myös keskitytään paljon, mutta siis kansainväliseen bisnekseen ja siihen liittyviin asiahaaroihin keskitytään myös kunnolla.

2.6.7 Uhat

Uhkana tulevaisuuden bisnekselle voidaan nähdä islamin todella tarkat ohjenuorat. Islam neuvoo tarkasti miten tulee elää ja siihen liittyy monia ominaisuuksia mitkä näkyvät bisnestä tehdessäkin, esimerkiksi jumalan tahto, että jos myöhästyy tapaamisesta niin "näin oli tarkoitus" ja henkiolentojen mukaan tuominen neuvotteluihin voi olla joillekin länsimaalaisille lii-kaa. Ei ole totuttu noudattamaan ohjeita niin tarkasti ja voidaan nähdä, että arabit eivät pysty olemaan joustavia tai muuttamaan tapojansa.

Kunnia ja kunnioitusta on yksi perusarvoista, mutta ne voidaan nähdä myös vähän liiallisina. Kunniaa ei saa loukata ja kunnioitus esimerkiksi huoneen vanhinta kohtaan on toki hieno asia, mutta tietynlainen liiallinen ylpeys voi olla myös pahasta. Jos on kerran kunniaa loukannut täysin vahingossa, voi olla että ei saa enää toista mahdollisuutta suhteeseen.

Asioita ja tapoja, joita tulee noudattaa kulttuurissa on todella paljon ja kun paikalliselle ne on helppo ymmärtää ja soveltaa käytännössä, voi ne suomalaiselle tuntua häkellyttävältä. Aikakäsite ja muutenkin tapaa tehdä bisnestä poikkeaa kuitenkin sen verran paljon Suomen mallista, että tottumiseen voi kulua tovi ja kärsivällisyys eivät välttämättä riitä.

Suurimmiksi bisneskulttuurin eroavaisuustekijöiksi voidaan luokitella Doing tai Being- kulttuuriin liittyvät eroavaisuuspiirteet, uskonnon vaikutus käytöksen ohjaamisessa ja kunnia kysymys mikä on kaikki kaikessa esimerkiksi neuvottelutilanteessa.

Suomi	Yhdistyneet Arabiemiraatit
Doing	Being
Rehellisyys	Kunnia
Rauhallisuus	Vieraanvaraisuus
Sinnikkyys	Kollektiivisuus
Järjestelmällisyys	Islam
Rohkeus	Eleet
Kommunikaatio	Rakkaus kaupankäyntiin
Ujous	Perhe
Aika on rahaa	Allah kontrolloi aikaa
Jääräpäisyys	Sosiaalinen status

Kuvio 13: Vertailutaulukko Suomi vs. Arabiemiraatit, 10 tärkeintä käyttäytymiseen liittyvää ominaispiirrettä

3 Kömmähdyksiä ja niistä toipuminen

Vaikka kuinka olisi varautunut tulevaan tapaamiseen ja käyttäytymiseen liittyviä seikkoja on käyty läpi yksityiskohtaisestikin, voi silti tulla jokin erehdys mikä valitettavasti voi johtaa jopa bisnessuhteen menetykseen. Kömmähdys voi olla esimerkiksi, että on liian varovainen ja varautunut. Tulee olla oma itsensä, seurata muiden toimintaa ja rohkeasti kysyä jos ei tiedä miten pitää toimia, kysymysten esittäminen vilpittömässä mielessä ei ole loukkaavaa.

Ohessa esimerkkitilanne arabimaakonkari, Esko Aaltio Finprosta, jolle aikanaan sattui tiukka tilanne: "Oltiin kansainvälisillä messuilla ja olin Suomi-paviljongin johtajana ja palkkaamassa messujen ajaksi messuemäntää tai assistenttia itselleni. Ehdokkaita oli joita sitten messutoimistossani haastattelin, valittavan messuemännän tuli olla edustava, palvelualtis ja niin edel-

leen. Tuli sitten eräs paremman perheen viehättävä nuori nainen esittäytymään. Hetken aikaa keskusteltuamme, totesin että tehtävä ei ollut mitä hän oli kuvitellut. Kun haastateltavallekin selvisi, että työnkuva ei ollut sellainen jota hän halusi, syntyi pieni piinallinen hetki kun kumpikin mietimme, miten tilanne saadaan tyylikkäästi ohi ja tapaaminen loppumaan. Neitonen hermostuksissaan sytytti savukkeen, käyttäen todella tyylikästä pikku timantein varustettua kultaista tupakansytytintä. Tilanteen laukaisemiseksi lähdin hädissäni kehumaan kuinka upea sytytin hänellä on. Tähän tulikin heti reaktio, eli neitonen ojensi minulle sytyttimensä ja ilmoitti yksikantaan, että hän haluaa antaa sen minulle lahjaksi. En tietenkään voinut kieltäytyä hänen antamaansa lahjaa, vaan otin sen suuresti kiitellen vastaan. Samalla mietin kuumaisesti miten selvitän tilanteen, sillä enhän millään voinut vastaanottaa näin arvokasta lahjaa henkilöltä, joka juuri on kieltäytynyt ottamasta vastaan työtä. Hetkisen asiaa aprikoituani, sanoin että haluaisin mielellään antaa vastalahjan, kuten hyviin tapoihin kuuluu. Kun minulla ei nyt sattunut olemaan mitään hänen arvoistaan lahjaa, olisin ikionnellinen, jos hän ottaisi vastaan tämän kultaisen sytyttimen. Yleensä lahjaa ei saa palauttaa, mutta tässä tilanteessa huomasin kuinka kiitollinen neitonen oli kun sai lahjansa takaisin". (Käri - Zein 2003, 122 - 123).

Kun ei tiedä miten käyttäytyä, luonnollisuus ja nöyryys on parempi kuin teeskentely. Kohtelias kysymys, kuten: "miten teillä on tapana toimia" auttaa paljon ja sitä todennäköisesti ei koeta loukkaavana. Isännältä apua kysyttäessä miten tulee käyttäytyä, tulisi varmasti olla kuitenkin viimeinen oljenkorsi, sillä kysymyksestä voi helposti tulkita että ei ole käytetty aikaa tapoihin tuntemiseen ja täten voidaan saada kuva, että ei välttämättä olla tosissaan tekemässä kauppaa. Neuvoja saa pyytämällä ja toinen osapuoli tuntee, että häneen luotetaan ja vaatimattomuutta pidetäänkin yleensä hyveenä. (Piili 2010, Kulttuurien kohtaaminen).

4 Täydellinen käyttäytymismalli

Nyt kun on selvitetty ja tarkasteltu Suomen ja Yhdistyneiden Arabiemiraattien bisneskulttuurille/yhteisökulttuurille ominaisia luonteenpiirteitä, kuten uskontoa, arvoja, tapoja, voidaan luoda täydellinen käyttäytymismalli. Ideana on siis, että suomalaisen yrityksen edustaja tulee Yhdistyneisiin Arabiemiraatteihin bisnestapaamiseen, hän on keskittynyt miten on tapana käyttäytyä Yhdistyneitten Arabiemiraattien kulttuurissa, ottaen huomioon ja tutustuen kaikkiin edellä mainittuihin asiakohtiin. Suomalaisen yrityksen edustaja on mielestään selvittänyt kaikki tärkeimmät ominaisuudet ja nyt soveltaa hänen valmiiksi luotua käyttäytymismallia itse bisnestapaamiseen, jotta hän saa aikaan onnistuneen yhteistyökumppanuuden.

Tapaamisen, suomalainen on jaotellut 3 eri osa-alueeseen, jotta tiedetään helpommin miten kokous tulee etenemään ja täten pystytään helpommin myös sopeuttamaan toimintaa kullekin tilanteelle sopivin tavoin:



Kuvio 14: Täydellisen käyttäytymismallin soveltaminen eri kokoustilanteissa

4.1.1 Ennen kokousta

Ennen varsinaisen kokouksen alkamista, tapaaminen on jo sovittu hyvissä ajoin ja suomalainen on varmistanut vielä kokouksen alkamisajankohdan ja paikan, on huolellisesti suunnitellut mitä tulee sanomaan ja selvittänyt kokoukseen osallistuvien henkilöiden nimet ja millä heitä kutsutaan. Pukeudutaan perinteisen bisnesmallin mukaisesti ja tuodaan huolellisesti mietitty lahja. Astutaan sisään rakennukseen jossa on sovittu tapaaminen ajoissa ja odotetaan rauhallisesti vastapuolen tuleamista. Kello on jo yli sovittun tapaamisajan mutta se ei hetkauta tunteita, tiedetään että tapaan kuuluu mahdollinen myöhästyminen, se ei ole suinkaan loukkausta tai välinpitämättömyyttä, se on Allahin tahto.

Yrityksen edustajat saapuvat ja astutaan sisään huoneeseen, jossa bisnestapaaminen pidetään, huomataan, että huone on täynnä henkilöitä. Hiljainen huone muuttuu kovaaääniseksi, kun aletaan harrastaa small-talkkia ennen varsinaiseen bisnekseen menemistä. Kysytään omasta perheestä ja uskonnosta, siis hyvin henkilökohtaisia kysymyksiä, mutta vastataan niihin kohteliaasti, tiedetään että tämä voi olla ensimmäinen askel henkilökohtaisen suhteen luomiseen, ymmärretään että mahdollisen tulevaisuuden bisneksen varalle halutaan vain tutustua ja aletaan luoda näin suhdetta. Osoitetaan suurta kunnioitusta huoneen vanhimmalle ja siis huomioidaan huoneen vanhin ensiksi ja huomiointi tehdään kättelemällä oikealla kädellä, mutta pyritään siihen kuitenkin ensin, että itse ei ole kättelemisen aloitteen tekijä vaan odotetaan että hän sen tekisi ensin. Suomalaista tullaan kättelemään ja tullaan todella lähelle kiinni ihoa, ei ole henkilökohtaista tilaa juuri yhtään, mutta suinkaan ei oteta askelta taaksepäin vaan pysytään paikoillaan ja hymyillään. Annetaan lahja, joka tässä tapauksessa on kompassi, jotta pystytään aina paikasta riippumatta rukoilemaan oikeaan suuntaan ja ojennetaan se molemmiin käsiin. Kokous on valmiina alkamaan, istutaan tuolille, paikalla ei ole mitään materiaalia liittyen kokouksen etenemisjärjestyksestä, ei tehdä mitään liikkeitä kuten jalan nostamista vaan pysytään tyyneesti paikoillaan ja otetaan vastaan isännän tarjoamia leivoksia ja kahvia, kokous on valmiina alkamaan.

4.1.2 Kokous

Itse kokoukseen on varattu paljon aikaa, sillä kokoukselle ei ole määritelty mitään tiettyä loppumisajankohtaa, se loppuu kun sen katsotaan aiheelliseksi loppuvan. Kokouksessa puhut-

taessa tiedetään, että pitää hieman yrittää unohtaa suomalainen normaali suorasukaisuus, pyritään sanomaan asia selkeästi, hyvin ja hitaasti, sekä keskittymään asiasisällössä juuri siihen mitä toinen haluaa kuulla, pyritään herättämään kilpailuhenkisyys, jota ei pysty rahassa mittaamaan tarjoamalla tuote, joka on innovatiivinen ja pystyy lyömään muut kilpakumppanit. Puhetta keskeytetään jatkuvasti sillä eräs henkilö esittää paljon kysymyksiä, ystäviä tulee kokoukseen vierailulle ja puhutaan puhelimitse, sekä tehdään paljon eleitä kokouksen aikana, kuten kulmakarvojen liikettä. Ymmärretään, että henkilö, joka esittää paljon kysymyksiä, hyvin suurella todennäköisyydellä ei ole se varsinainen päätöksentekijä. Ei hätkähdytä kokouksessa, kun kesken sitä neuvottelukumppanien ystäviä tulee sisään ja puhutaan perheiden kanssa puhelimitse vaan jatketaan jo valittuun malliin myymistä, ymmärretään, että tämä on normaalia ja se voi olla tapa mitata myyntitaitoa. Eleitä pyritään tulkitsemaan mahdollisimman hyvin, mutta se on todella vaikeaa, sillä eleitä on niin paljon ja kullakin niillä on oma merkityksensä, pyritään parhaan mukaan lukemaan rivienvälistä eleiden merkitystä, mutta ei kuitenkaan kiinnitetä niihin liikaa huomiota vaan jatketaan esityksen pitämistä ja omaan tekemiseen keskittymistä.

Aikaa on kulunut useita tunteja, esitys on pidetty ja on saatu vakuuttuneiksi vastapuolen edustajat tuotteen toimivuudesta ja sen tuomista hyödyistä, aletaan neuvotella hinnoista ja toimitusehdoista. Ehdotetaan, että järjestetään uusi kokous 2 päivän päästä näitä asioita käsiteltäväksi varten. Suomalainen sanoo, että hänen lentonsa lähtee kahden päivän päästä, mutta vain teitä varten, voidaan jäädä maahan pidemmäksi aikaa sopimaan sopimuksen yksityiskohdista. Tiedetään, että neuvottelusopimuksissa sopimus jää yleensä löyhäksi, kaikki vaikuttaa kaikkeen malliin ja yksityiskohdista ja vastaavista onkin tapana neuvotella vielä erikseen. Yhdistyneitten Arabiemiraattien yrityksen edustaja ilmoittaa kokouksen päättyneen.

Kahden päivän päästä tullaan yksityiskohdista puhumaan uuteen sovittuun kokoukseen ja aletaan puhua rahasta ja sopimukseen liittyvistä yksityiskohdista. Tiedetään, että raha-asioista, kustannuksista ja hinnoista puhuttaessa, arabit ovat vahvoilla ja kun puhutaan tinkimisestä, he rakastavat retorisia ja ystävyyttä korostavia neuvotteluita, joissa hinnoitteluissa korostuu ystävyys. Suomalaisella on tietysti jo valmiiksi yritykseltä dokumentit hinnoista ja esimerkiksi joustovarasta hinnan suhteen on käyty jo valmiiksi keskustelua. Aletaan sopia hinnasta, puhutaan siitä tunteja, käydään välillä syömässä ja juomassa ja sitten taas jatketaan hinnasta puhumista. Useiden tuntien jälkeen saadaan sovittua hinta, jossa on mukana "ystävyyssalennus" ja täten osoitetaan, että pystytään joustamaan ja halutaan luoda suhde. On tuntien väsyttävien neuvottelujen jälkeen päästy kauppahintaan jossa on osoitettu joustavuutta arabikumppania varten ja sovittu loppuhinta ystävyyden mukaan, vähän on jouduttu joustamaan alkuperäisestä sovitusta hinnasta, mutta ollaan tyytyväisiä lopputulokseen. Yhdistyneitten Arabiemiraattien yrityksen edustaja ilmoittaa kokouksen päättyneen ja lopuksi vielä kätellään yrityksen edustajia, puhutaan hieman tulevaisuudensuunnitelmista ja lähdetään.

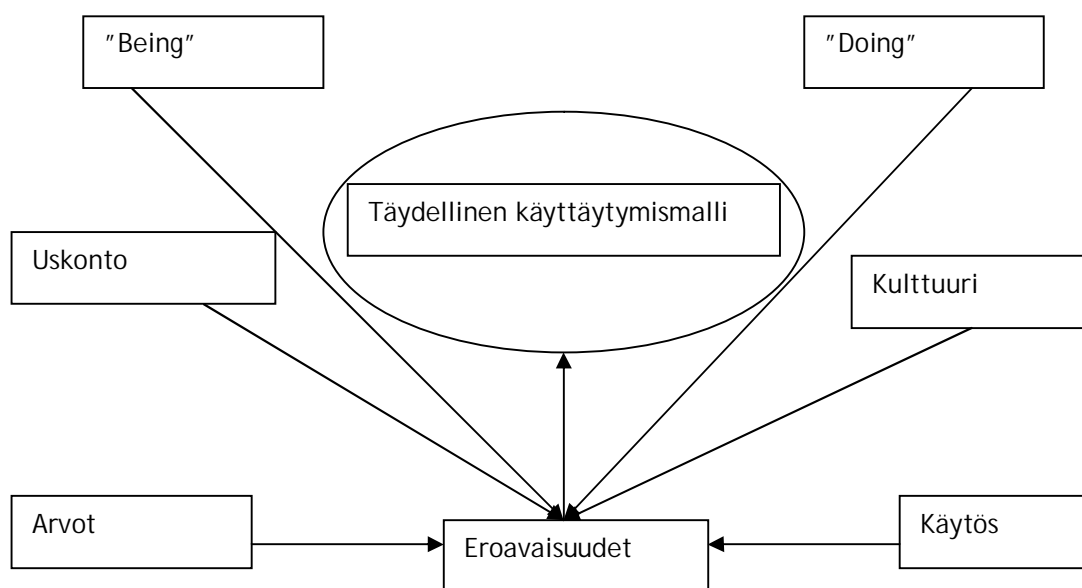
4.1.3 Kokouksen jälkeen

Kokouksen jälkeen, lennetään takaisin Suomeen ja ilmoitetaan yritykselle lopputulos ja sopimusehdot. Kerrotaan, että tapaaminen oli onnistunut, oli toimittu oikein paikallisten tapojen ja kulttuurien mukaan ja omalla käyttäytymisellä ja tuotteen toimivuudella saatiin aikaiseksi onnistunut bisnessuhde.

Suomessa oltaessa, yrityksen edustaja Yhdistyneistä Arabiemiraateista soittaa ja pyytää palvelusta. Tiedetään, että palveluksesta ei ole mahdollista kieltäytyä, ystävälleen joustetaan ja ollaan valmiina tekemään melkein mitä vain. Tehdään palvelus ja sovitaan samalla uusi tapaaminen Yhdistyneisiin Arabiemiraatteihin. Tiedetään, että siellä rakastetaan henkilökohtaisuutta ja mitä useammin fyysisesti vie itsensä paikalle kasvokkain tapaamista varten, sitä parempi todennäköisyys kunnon ystävyysuhteen kehittymiselle. Tiedetään, että suhteen kehittyminen voi viedä vuosiakin, mutta se on lopussa sen arvoista ja ei missään nimessä tule unohtamaa, laiminlyödä tai olla huomioimatta kyseistä henkilöä vaikka ollaankin jo kotona, vaan pyritään olemaan useasti yhteydessä ja aina kun mahdollista, paikan päällä.

5 Tutkimustulokset

Päätutkimusongelmana oli, miten tulee käyttäytyä Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, bisnestapaamisessa, jotta saadaan aikaan onnistunut bisnessuhde. Tutkittaessa, huomattiin, että Suomen ja Yhdistyneiden Arabiemiraattien väliset eroavaisuudet ovat suuret ja näitä eroavaisuuksia tutkittiin ja analysoitiin todella huolellisesti, jotta pystyttiin ymmärtämään käytöstä Yhdistyneissä Arabiemiraateissa ja tätä kautta sitten mukauttaa perinteistä suomalaista käyttäytymismallia. Kulttuurissa ja siihen liittyvissä tavoissa, arvoissa, uskonnossa on paljon erilaisia piirteitä ja kun saatiin nämä piirteet tutkittua ja analysoitua, pystyttiin luomaan täydellinen käyttäytymismalli bisnestapaamiseen Yhdistyneissä Arabiemiraateissa ja saatiin aikaan onnistunut bisnessuhde suomalaisen ja Yhdistyneitten Arabiemiraattien yritysten välille, päästiin todella kulttuuriin sisään ja alettiin ymmärtää käytöstä.



Kuvio 15: Tärkeimmät tutkimustulokset

Tutkimusta tehdessä, huomattiin, että eroavaisuudet Suomen ja Yhdistyneitten Arabiemiraattien välillä ovat suuret. Suurimmat ja tärkeimmät eroavaisuudet liittyivät uskontoon, kulttuuriin, arvoihin ja käytökseen.

Kulttuurin voi hahmottaa kuvassa suurena kokonaisuutena, johon käytös, arvot ja uskonto liittyvät. Näitä tutkittaessa huomattiin monia eroavaisuuksia näiden kahden kulttuurin välillä, joita tutkimalla ja analysoimalla pystyttiin luomaan ratkaisu tutkimusongelmaan eli täydellinen käyttäytymismalli. Tutkittaessa kulttuuria huomattiin, että Suomen ja Yhdistyneitten Arabiemiraattien kulttuurit erotti toisistaan niin sanottu "being" ja "doing" malli.

Uskonnon merkitys selvästi korostui Yhdistyneissä Arabiemiraateissa ja se nähdäänkin eräänlaisena ohjenuorana, oppaana miten tulee elää ja käyttäytyä. Islam toimii valtauskontona ja käytös on suoraan verrannollinen myös bisneskulttuuriin Yhdistyneissä Arabiemiraateissa. Suomessa toimii kristinusko, mutta sen merkitys suomalaisille on täysin erilainen kuin islamin arabeille.

Tutkittaessa Yhdistyneitten Arabiemiraattien kulttuuria ja Suomen kulttuuria, huomattiin arvoissa ja asioissa joita pidetään tärkeinä eroavaisuuksia. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa korostetaan kunniaa, vieraanvaraisuutta ja rahaa, Suomessa vastaavat arvot olivat lähinnä perheen kunnioitus, järjestelmällisyys ja sinnikkyys.

Näitä tärkeimpiä ja monia muitakin asiahaaroja tutkittaessa ja siis niihin vastauksia saatua, pystyttiin ymmärtämään miten Suomessa ja ennen kaikkea Yhdistyneissä Arabiemiraateissa toimitaan ja käyttäytyään päivittäin. Tästä sitten pystyttiin ratkaisemaan itse päätutkimusongelma ja luomaan vastaus kysymykseen ”Miten kahden täysin eri kulttuurin välillä pystytään luomaan onnistunut bisnessuhde yritystapaamisessa?”. Lopputuloksena oli täydellisen käyttäytymismallin luominen, jota suomalaisen yrityksen edustaja käytti bisnestapaamisessa Yhdistyneissä Arabiemiraateissa bisnesneuvotteluissa, saaden aikaan positiivisen lopputuloksen.

5.1 Havainnot

Päätutkimusongelmaa tutkittaessa, havainnoitiin ja pystyttiin erottamaan suurimmat eroavaisuudet kulttuuriin ja täten itse bisnestilanteessa käyttäytymiseen liittyvät osatekijät. Being- tai doing- kulttuuri, uskonnon, käyttäytyminen ja arvojen vaikutus nousivat ylitse muiden tärkeimpinä käytöstä ohjaavana tekijänä ja siis samalla kulttuureja erottavina tekijöinä.

Kunnia on yksi tärkeimmistä seikoista Arabikulttuurissa ja sitä loukattaessa, yhteistyömahdollisuuksia tai ystävyyssuhteita on miltei mahdoton rakentaa. Arvon tunnistaminen ja arabin statuksen huomioon ottaminen on oleellista huomioida ja se tulee huomioida muun muussa puhuttaessa, muutoin se voidaan tulkita loukkauksena. Suomalaisen näkökulmasta asia voi kuulostaa oudolta, täällä ei ole tapana sanoa ”herra toimitusjohtaja”. Tulee tiettenkin tunnistaa mikä henkilön asema yrityksessä on, mutta kukaan ei suomessa oletta, että puhuttaessa, kutsutaan työnkuva nimellä. Totta kai kenenkään kunniaa ei suomessakaan suvaita loukkaavan, mutta kulttuurisesti sillä on täysin eri merkitys. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa se nähdään yhtenä suurimpana loukkauksena ja sen voidaan katsoa vaikuttavan myös perheeseen, kun suomessa kyse on lähinnä, kolauksena itseluottamukseen. Vieraanvaraisuutta myös arvostetaan kovasti Yhdistyneissä Arabiemiraateissa ja pyritäänkin siihen, että ulkomaalainen tuntee olonsa mahdollisimman tervetulleeksi. Suomessakin toki on vieraanvaraisuutta, mutta sen merkitystä ei korosteta niin paljon kuin Yhdistyneissä Arabiemiraateissa. Raha on myös todella tärkeä asia Yhdistyneissä Arabiemiraateissa ja se on jopa alkanut vaikuttaa bisneskäyttäytymiseen, joissakin tapauksessa bisnestä on alettu tekemään lähinnä rakkaudesta siihen ja rahaasiat ja kysymykset neuvotteluissa nousevat esille, sillä arabit rakastavat tinkimistä ja hinnoista sopimista erilaisin alennuksin. Suomessa rahan merkitys sopimuksissa myös luonnollisesti on oleellista, mutta eroavaisuutena on, että kun Yhdistyneissä Arabiemiraateissa raha-asioista keskusteltaessa voi olla tapana jopa sopia uusi tapaaminen vain sitä varten, suomalainen haluaa hoitaa sian samassa neuvottelupöydässä mahdollisimman vaivattomasti.

Suomalaiselle bisneskulttuurille tyypillistä on niin sanottu ”Doing”-kulttuuri. Se liittyy läheisesti aikaan ja siis yleisen käsityksen mukaan ”doing” - kulttuurin ihmiset, tekevät työtä ko-

vasti, ihmiset ovat tehtäväsuuntautuneita, paljon suunnittelevia ja ahkeria. Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurille tyypillistä taas on niin kutsuttu "being"-kulttuuri, jossa aika on joustava käsite, sekä Jumala Allah yksin kontrolloi luontoa ja aikaa. Tämän vuoksi esimerkiksi organisointiin suhtaudutaan eri tavoin kuin Suomessa ja suunnitelmat lähinnä nähdään hyvinä aikomuksina joihin tähdätään, kulttuuriin kuuluu tietynlainen joustavuus ja voidaankin ajatella, että "jumala tahtoi nyt näin" jonka jälkeen tehdään uudet suunnitelmat joihin tähdätään. Arabit voivat myöhästyä tapaamisesta, pyytää ystävänpalveluksia ja muutenkin heidän toimintansa liittyy läheisesti Allahiin, "näin nyt kävi, se on jumalan tahto", tämä voi hyvinkin närkästyttää suomalaisen tiukan järjestelmällisyyden ja kontrollin hallitsemaa mieltä, suomalaiset ovat järjestelmällisiä ja eivät ole hirveän joustavia, toisin kuin arabit, jotka eivät ymmärrä jos heille ei ole aikaa esimerkiksi tehdä palveluksia.

Yhdistyneissä Arabiemiraateissa bisnestä tehdään mieluiten ystävien kesken ja tähän sisältyy läheisesti myös esimerkiksi kaupan hinta, halutaan todella korostaa ystävyuden nimiin ja ottaa se huomioon bisneksen jokaisessa osa-alueessa. Suhteiden luomiseen voi mennä vuosiakin aikaa, suomessa hyvin suorasukaisesti voidaan pyrkiä asian ytimeen hyvinkin nopeasti ja henkilökohtaisella suhteella ei katsota olevan mitään estettä esimerkiksi bisneksen tekoon. Uskonnon vaikutus Yhdistyneissä Arabiemiraateissa on ehkä kaikkein tärkein käytökseen vaikuttava tekijä. Islam ja Allah ohjaavat vahvasti ihmisten jokapäiväistä arkirutiinia ja elämäntapaa. Se toimii eräänlaisena ohjenuorana elämiseen ja sitä pyritään noudattamaan kirjaimellisesti. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa Islam on valtauskonto ja se näkyy tiettyinä arvoina muun muussa bisnesneuvotteluissa. Suomessa vallitsee kristinusko, mutta se on menettämässä jalan sijaa ja on paljonkin ihmisiä jotka eivät usko enää mihinkään jumalaan. Uskonto kysymys hyvin todennäköisesti nousee esiin, kun luodaan ystävyyssuhdetta jopa jo ensimmäisellä kerralla. Tällöin kannattaa kyllä sanoa, että uskoo johonkin ennemmin kuin, että se on ihan yhdentekevää ja ei oikein usko mihinkään. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa uskonto ohjaa ihmisten toimintaa, suomessa se on yhä jatkuvissa määrin menettämässä merkitystään.

Suomessa rahan sijasta, perhettä pidetään tärkeämpänä seikkana. Rahaa toki halutaan tehdä, mutta esimerkiksi työpäivän päätyttyä, kotiin mentäessä, ei ole tapana soittaa toiselle osapuolelle bisnes tuntien ulkopuolella palveluksia. Tilanne on täysin päinvastainen arabin mielessä ja se nähdäänkin lähinnä loukkauksena ja suurena ihmetyksenä jos soittaa myös vapaa-ajalla ja pyytää palvelusta johon ei suostuta. Sinnikkyys nousi esiin myös todella usein tutkittaessa suomalaisen käytöstä ja tämä näkyy bisnestapaamisessa esimerkiksi sillä tavoin, että pyritään ajamaan se oma asia läpi eikä, suostuta kielteiseen vastaukseen. Suomi on myös hyvin järjestelmällinen kulttuuri ja bisnestapaamisissa onkin tapana, että ennen kokouksen alkamista, käsiteltävät asiat ovat valmiiksi jokaisella pöydän edessä printattuina. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa tämä ei ole tavallista ja asian kokonaisuus ja sen selventäminen jätetäänkin lähinnä toisen osapuolen esitykselle.

Päätutkimusongelmaa ratkaisuja tutkittaessa havaittiin, että nämä osa-alueet liittyvät kaikkein läheisimmin päätutkimusongelman ratkaisemiseen. Kun ne saatiin selville, pystyttiin jo luomaan hyvinkin selkeä kokonaiskuva tutkimusongelman ratkaisemiseen liittyen.

5.2 Vastaukset

Päätutkimusongelmaan liittyvät vastaukset saatiin 3 kirjan ja kuudentoista eri internet lähteen avulla. Päätutkimusongelmaa alettaessa selvittämään, oli asetettu muutama ydinkysymys, jotka ratkaisemalla uskottiin, että päästään itse asian ytimeen, eli päätutkimusongelman ratkaisuun. Pääkysymykseksi voidaan luokitella "Miten kahden täysin erilaisen arvomaailman omaavan yrityksen välille pystytään luomaan onnistunut ja pitkäjänteinen yhteistyökumppanuus?" Tästä sitten lähti ajatuksia ja kysymysten vyöry liikkeelle, jotka toimivat niin sanotusti avustajina, eli kun alakysymykset saatiin ratkaistua, voitiin ratkaista itse pääkysymys ja sitten itse tutkimusongelma. Niin sanottuja "alakysymyksiä" oli: "miten kulttuurille tyypilliset ominaispiirteet vaikuttavat käyttäytymiseen?" "Miten niihin tulee suhtautua?" "Mitä hyötyä näiden ominaispiirteiden huomioon ottamisessa on?" "Miksi ne pitää ennen kaikkea ottaa huomioon?" "Miten niihin voidaan varautua ennakkoon?"

Kulttuurille tyypilliset ominaispiirteet vaikuttavat oleellisesti käyttäytymiseen, on se sitten bisnesneuvotteluissa tai käytöksenä kadulla. Kulttuuri on suuri kokonaisuus ja jotta kulttuuriin voidaan sopeutua, tulee olla osana sitä ja siis käyttäytyä niin kuin valtaosa kulttuurin sisällä olevista käyttäytyy. Mikään kulttuuri ei ole täysin samanlainen ja kaikilla kulttuureilla on omat rikkautensa ja sille tyypilliset piirteet. Nämä piirteet näkyivät erityisesti Yhdistyneissä Arabiemiraateissa bisnestapaamisessa ja niihin tuli tutustua syvällisesti, jotta neuvottelujen lopputulos oli onnistunut. Kulttuuriin voi vaikuttaa todellakin läheisesti esimerkiksi uskonto ja tässä tapauksessa, uskonto toimi kokonaisena elämänohjeena Yhdistyneissä Arabiemiraateissa asuville.

Ominaispiirteitä, käytöstapoja ja siis kulttuurin kokonaisuus voi olla hyvinkin erilainen ja jopa hieman pelottavalta vaikuttava. Erilaisuuteen tulee suhtautua avoimin mielin, ja mitään ei tule tuomita ennakkoon ennen kuin itse on kokenut sen. Jonkun on voinut kuulla puhuttavan jostain, mutta syytä on muistaa, että tarinoita on erilaisia niin paljon kuin tarinan kertojia-kin, kirjaakaan ei voi tuomita kansien perusteella.

Kun tunnistettiin ne tietyt juuri sille kulttuurille ominaiset piirteet, pystyttiin suhteuttamaan omaa toimintaansa. Ne tulee ottaa huomioon, jotta pystytään toimimaan kyseisessä yhteiskunnassa ja siis ei aiheuteta paheksuntaa tai loukata ketään. Jos näitä omasta kulttuurista poikkeavia piirteitä ei huomioisi ollenkaan ja mentäisiin maahan oman kulttuurin toiminta-

mallin mukaan, todennäköisesti Yhdistyneissä Arabiemiraateissa jo ennen kuin bisnesneuvottelut ovat edes alkaneet, on jo loukattu jotakuta, ja lopputulos on negatiivinen. Ominaispiirteet huomioon ottamalla pystytään varautumaan tulevaan jo ennakkoon ja siten muokkaamaan myös omaa toimintaa sille sopivaksi. Tiedonhakumahdollisuudet ovat miltei rajattomat nykyajan yhteiskunnassa. Internetiä käyttämällä jo todennäköisesti saa kaikki tarvittavan tiedon kyseisestä maasta ja sen kulttuurista, sekä kirjojen avulla myös pärjää pitkälle.

Voidaan viimein vastata pääkysymykseen: "Miten kahden täysin erilaisen arvomaailman omaavan yrityksen välille pystytään luomaan onnistunut ja pitkäjänteinen yhteistyökumppanuus?" Onnistunut ja pitkäjänteinen yhteistyökumppanuus tässä tapauksessa pystyttiin luomaan, kun huolellisesti paneuduttiin ja syvennyttiin molemmille kulttuureille kuuluviin ominaisiin piirteisiin. Tästä saatiin selville miten tuli käyttäytyä ja mitä asioita pidettiin tärkeimpinä. Tulee toimia maassa maan tavalla, avoimin mielin ja joustavasti. Arvot huomioitiin ja tunnistettiin ja täten myös muokattiin omaa käyttäytymistä niiden mukaiseksi. Ennen neuvotteluja, neuvottelun aikana ja neuvottelun jälkeiset osa-alueet ja mitä niihin läheisesti kuuluu, mietittiin tarkkaan ja sovellettiin käyttäytymismallia kuhunkin kohtaan sopivalla tavalla.

5.3 Johtopäätökset

Tutkimustuloksen perusteella voidaan esittää seuraavat johtopäätökset:

1. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, uskonto ohjaa pääosin ihmisten toimintaa ja käyttäytymistä, se on ohjenuora elämiseen
2. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa vallitsee "being" - kulttuuri
3. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa bisnestä on tapana tehdä ystävien kesken ja suhteen rakentaminen voi kestää vuosia
4. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, kunnia, perhe, raha ja vieraanvaraisuus ovat ominaisuuksia, joita arvostetaan syvästi.
5. Yhdistyneet Arabiemiraatit ovat kollektiivinen kulttuuri, "Mitä sinun perheelle kuuluu?"
6. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa arvostetaan joustavuutta, "vain teidän vuoksenne"
7. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa small-talk ja eleet on yleistä

8. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa voidaan yhdessä bisnesneuvottelussa, hoitaa samalla moniakin asioita
9. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa bisnestä tehdään osittain rakkaudesta kaupantekoon
10. Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, Allah hallitsee ja valvoo aikaa
11. Suomessa vallitsee "doing"-kulttuuri
12. Suomessa arvostetaan suorasukaisuutta, sekä tietyllä tavalla myös hiljaisuutta
13. Suomi on yksilöllinen kulttuuri, "Mitä sinulle kuuluu?"
14. Suomessa ollaan hieman joustamattomia
15. Suomessa pyritään bisnesneuvotteluissa keskittymään yhteen asiaan kerrallaan
16. Suomessa työ ja vapaa-aika pyritään pitämään erillään
17. Suomessa työtä tehdään pääosin elannon hankkimiseksi
18. Suomessa "aika on rahaa"
19. Suomessa uskonto ei ohjaa juuri mitenkään toimintaa
20. Suomessa arvostetaan ennen kaikkea perhettä, esimerkiksi rahan sijaan
21. Huomioimalla, paneutumalla, syventymällä, analysoimalla ja avoimella mielellä, pystytään ennakkoon varautumaan uusiin haasteisiin, sekä välttää niissä odottavat mahdolliset vaarat.
22. Kulttuurin tietämys ja toisen tavat huomioonottamalla, vastapuoli näkee, että halutaan oikeasti luoda suhde ja ollaan valmiina sitomaan resursseja.

5.4 Tulosten merkitys

Tutkimustulosten merkitys antaa vastauksen päätutkimusongelmaan. Päätutkimustuloksena oli, että erilaisuus kulttuurissa ei ole este esimerkiksi bisneksen tekoon, siihen tulee vain paneutua huolellisemmin jotta pystytään luomaan onnistunut suhde, erilaisuuksista huolimatta.

Pystyttiin luomaan bisnessuhde kahden täysin erilaisen kulttuurin omaavan yrityksen välille. Lopputulos päätutkimusongelmassa oli positiivinen, eli Yhdistyneissä Arabiemiraateissa sijaitseva yritys, alkoi tehdä yhteistyötä suomalaisen yrityksen kanssa.

Tulokset osoittivat, että oikeaa toimintamallia, käyttäytymismallia noudattamalla ja siis ennen kaikkea huolellisella valmistautumisella pyrkimyksenä ymmärtää toisen käytöstä, pystytään luomaan onnistunut suhde. Korostetaan suvaitsevaisuutta, avoimuutta ja sitoutumista. Positiivinen lopputulos osoittaa myös sen, että erilaisuuteen tulisi suhtautua edellä mainituin tavoin myös muissakin tilanteissa kuin vain bisneksessä ja etäisyyksistä ja ihmisten erilaisesta ulkomuodosta huolimatta, kun kunnioitus ja arvostus ovat molemminpuolista, mikä vain on mahdollista. Tulokset antavat toivoa kansainväliseen yhteistyöhön, aihealueesta riippumatta.

5.5 Tulosten luotettavuus & yleistettävyys

Omaehtoisen kokemuksen perusteella bisnesneuvotteluista Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, lopputulos oli odotetunlainen ja siis itse näkemän ja kuuleman perusteella, vastaa todella paljon todellisuutta, niin kuin totta kai ideana olikin simuloida mahdollisimman todellista tilannetta.

Kirja- ja internetlähteet vaikuttivat luotettavilta ja hyväksi todetuilta. Internet lähteitä oli paljon ja tärkeintä niissä oli erottaa niin sanotusti jyvät akanoista ja valita kaikkein luotettavimmat ja tutkimusongelman ratkaisuun kaikkein läheisesti liittyvimmat.

Kyseistä tutkimustulosta ei voida soveltaa kaikkiin kulttuureihin, sillä kulttuurithan ovat erilaiset ja toimintamalli, mikä esitettiin Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, ei todennäköisesti toimisi esimerkiksi Latinalaisessa Amerikassa. Se soveltuu täydellisesti tähän tutkimusongelmaan, mutta muihin maihin ja kulttuureihin asioita jouduttaisiin taas tutkimaan kyseisen maan näkökulmasta ja sen kulttuuriin läheisesti liittyvistä asioista. Kullekin kulttuurille on tyypilliset ominaispiirteet ja yhtä mallia ei mitenkään pysty soveltamaan muihin.

5.6 Jatkotutkimus

Aiheesta voi kuvitella tekevän myös tulevaisuudessa jatkotutkimuksen. Aiheena voisi olla esimerkiksi seuraavat vaihtoehdot:

1. Ystävien kanssa bisnestä, mitä kestävä ja hedelmällisen ystävyssuhteen luominen vaatii Yhdistyneissä Arabiemiraateissa?

2. Rakkaudesta bisnekseen, Yhdistyneissä Arabiemiraateissa moni tekee bisnestä lähinnä rakkaudesta siihen, harrastuksen muodossa, mikä ajaa tähän tilanteeseen ja miksi kaupantekoa rakastetaan?

3. Bisneksen pitkäjänteisyyden vaaliminen, mitä suomalaisen yrityksen pitää tehdä "kulissien takana" kotimaassa, jotta saadaan säilytettyä pitkä yhteistyökumppanuus Yhdistyneissä Arabiemiraateissa toimivaan yritykseen?

4. Mitä Suomalainen yrityskulttuuri & yrityskulttuuri Yhdistyneissä Arabiemiraateissa voi ottaa opikseen toisistaan? Mitkä olisivat hyviä mahdollisia muutoksia omaan yrityskulttuuriin?

Jatkotutkimuksen aiheet liittyvät läheisesti päätutkimusongelmaan ja siinä ilmeneviin seikkoihin ja päätutkimusongelman ratkaisua tässä opinnäytetyössä, voi läheisesti liittää ja käyttää hyväksi myös mahdollisessa jatkotutkimuksessa.

Lähteet

Emerging Technology News 2011. Finland's Social Networking Statistics and Online Trends. Haettu 8.11.2011. <http://www.emerging-technologies-news.info/index.php/technology-trends/finland-social-networking-statistics/>

EVL. Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Raamattu. Haettu 8.11.2011. <http://evl.fi/EVLfi.nsf/Documents/093654FA6DAF5D54C2256FEA003FD6ED?OpenDocument&lang=FI>

EVL. Suomen evankelis-luterilainen kirkko. Mihin uskomme. Haettu 8.11.2011. <http://evl.fi/EVLfi.nsf/Documents/2120678A0798EDF2C2256FEA00377AFE?OpenDocument&lang=FI>

Haigh, R. 2003. Business Brief: Finland. 1.painos. Helsinki: Multikustannus.

Hofstede, G. 2011. Culture. Haettu 10.11.2011. <http://www.geerthofstede.nl/culture.aspx>

Helsingin Sanomat digilehti 2011. Kirkosta eroaminen tasoittunut Helsingin seudulla. Haettu 10.11.2011. <http://www.hs.fi/arkisto/artikkeli/Kirkosta+eroaminen+tasoittunut+Helsingin+seudulla/HS20110316SI1KA03d75?free=kirkosta%20eroaminen&date=20101102&advancedSearch=&>

Infopankki 2005. Uskonto. Haettu 8.11.2011. <http://www.infopankki.fi/fi-FI/uskonto/>

Kauppa- ja teollisuusministeriö. 6/2003. Suomen kilpailukyky ja toimintaympäristö , kansainvälinen vertailu. Helsinki:Edita

Kwintessential. Finland - Language, culture, customs and etiquette. Haettu 10.11.2011. <http://www.kwintessential.co.uk/resources/global-etiquette/finland-country-profile.html>

Käri - Zein, P. 2003. Bisneskohteena Arabimaat. 1.painos. Helsinki: Multiprint Oy

Menon, V. 2008. Arabian Business.com. UAE second in world list for online social networking. Haettu 12.11.2011. <http://www.arabianbusiness.com/uae-second-in-world-list-for-online-social-networking-86111.html>

NASIR, S. United Arab Emirates. An Imam explains Islam. Behaviour. Haettu 12.11.2011. <http://www.international-business-etiquette.com/besite/uae.htm>

Piili, M. 2010. Kulttuurien kohtaaminen: Laurea - ammattirkokeakoulu 2011. Muutostaito Oy. Haettu 8.11.2011.

Roberts, K. International Business Meetings. International success tips. Haettu 4.11.2011. http://international-business-center.com/international_business_gifts_greetings.html

Säily, P. 2011. Kansainväliset toimintaympäristöt. Laurea - ammattikorkeakoulu.

Taylor, S. United Arab Emirates. Geert Hofstede analysis United Arab Emirates. Haettu 7.11.2011. <http://www.international-business-etiquette.com/besite/uae.htm>

Tilastokeskus. 2011. Kansantalous. Haettu 4.11.2011.
http://www.stat.fi/til/vtp/2010/vtp_2010_2011-07-14_tie_001_fi.html

Tilastokeskus. 2010. Teollisuustuotanto. Haettu 4.11.2011.
http://www.stat.fi/til/tti/2009/tti_2009_2010-11-24_tie_001_fi.html

Tilastokeskus. 2010. Tiede, teknologia ja tietoyhteiskunta. Haettu 4.11.2011.
http://www.stat.fi/til/icte/2010/icte_2010_2010-11-25_tie_001_fi.html

Tilastokeskus. 2010. Yritykset. Haettu 5.11.2011.
http://www.stat.fi/til/syr/2009/syr_2009_2010-11-26_tie_001_fi.html

Trading Economics. 2011. United Arab Emirates GDP Growth Rate. Haettu 5.11.2011.
<http://www.tradingeconomics.com/united-arab-emirates/gdp-growth>

United Arab Emirates. Communication. Haettu 6.11.2011. <http://www.international-business-etiquette.com/besite/uae.htm>

UAE Yearbook. 2010. Haettu 28.10.2011.
<http://www.uaeyearbook.com/Yearbooks/2010/ENG/#58>

U.S - U.A.E. Business council. 2011. Business etiquette in the U.A.E. Haettu 24.10.2011.
<http://www.usuaebusiness.org/index.cfm?fuseaction=section.home&id=61>

Uskonnot Suomessa. 2007. Kristinusko. Haettu 8.11.2011.
<http://www.uskonnot.fi/uskonnot/view?religionId=5>

Kuviot

Kuvio 1: Tutkimusongelman ratkaisu	12
Kuvio 2: Tutkimuksen toteuttamisen vaiheet	13
Kuvio 3: Yrityksille tyypillinen toimintaympäristö	15
Kuvio 4: Yritysten toimintaympäristöt päätutkimusongelman ratkaisuun liittyen....	16
Kuvio 5: Suomalaiselle kulttuurille ominaisia piirteitä	22
Kuvio 6: Bruttokansantuotteen volyymin vuosimuutos, prosenttia	23
Kuvio 7: Yritysten lukumäärän, henkilöstön ja liikevaihdon kehitys 2000-2009	27
Kuvio 8: Mobiili laajakaistainen yhteys Internetiin keväällä 2010, osuus kaikista luokan yrityksistä	28
Kuvio 9: SWOT, Suomen sosiaaliskulttuurin ominaispiirteet	34
Kuvio 10: Yhdistyneiden Arabiemiraattien kulttuurille ominaisia piirteitä	39
Kuvio 11: Bruttokansantuotteen volyymin vuosimuutos, prosenttia	39
Kuvio 12: SWOT, Yhdistyneiden Arabiemiraattien sosiaaliskulttuurin ominaispiirteet	47
Kuvio 13: Vertailutaulukko Suomi vs. Arabiemiraatit, 10 tärkeintä käyttäytymiseen liittyvää ominaispiirrettä	51
Kuvio 14: Täydellisen käyttäytymismallin soveltaminen eri kokoustilanteissa.....	53
Kuvio 15: Tärkeimmät tutkimustulokset	56