



# Businesskulttuurit Eri Maissa

Seminaari 14.5.2019

Rita Valve

# Päivän Aikataulu

12.30	Tervetuloa ! Laurea
12.45	Miksi kulttuureiden ymmärtäminen on tärkeää?
13.00	Yleistä kulttuureista ja viestinnästä
13.15	Saksan, Ruotsin, Kiinan ja Japanin kulttuuritietoa
14.15	Kahvitauko
14.45	Workshop: Valmistautuminen Businessmatkaan
15.45	Workshop: Purku
16.15	Yhteenveto päivästä
16.30	Seminaarin päätös

## Rita Valve

### Entrepreneur and business architect

Change specialist. Over 25 years of experience in international business in the metal, engineering, and electrical industries. Lived and worked in Austria, Hungary, Turkey, France and Germany. Board professional and venture capitalist.

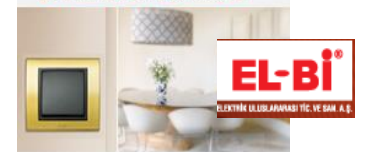
### Education

KTM, M.Sc.(econ), International business/International Marketing  
M.Bc. (econ), Finance and Accounting  
HHJ – Authorized Board Member

**OUTO KUMPU** **FISK** **AHLSTROM**  
**NEUMAYER**



**RUUKKI**  
Switches and Sockets



**A"** Aalto University  
Professional  
Development

**Board Professionals**

**bedra**  
intelligent wires

**BRUKER-SPALECK**  
SPEZIALDRÄHTE

**FIBAN** FINNISH  
BUSINESS ANGELS  
NETWORK

**SEPTIMO OY** **Linkker**

RITAVALVE

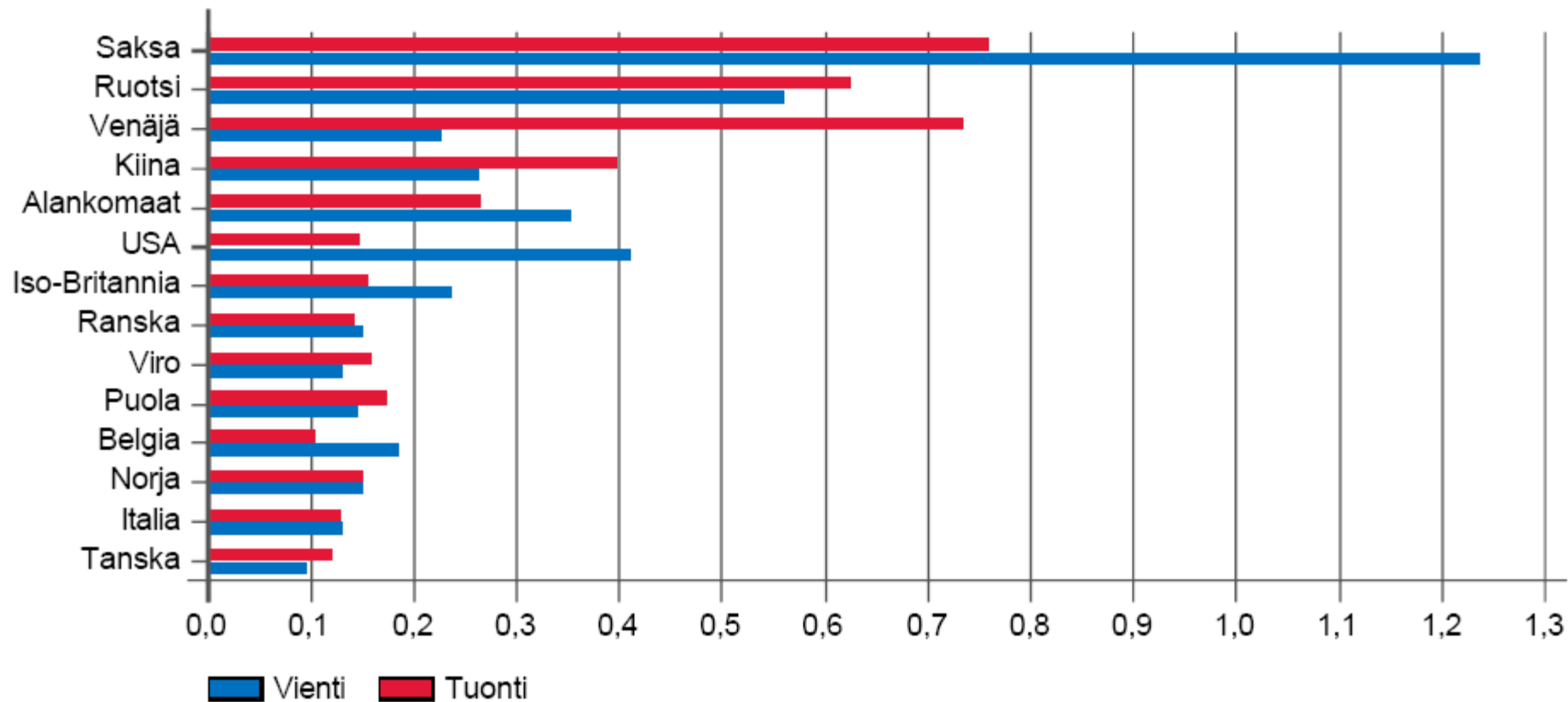


**Miksi kulttuurien ymmärtäminen on tärkeää ?**

# Ulkomaankauppa maittain 1/2019

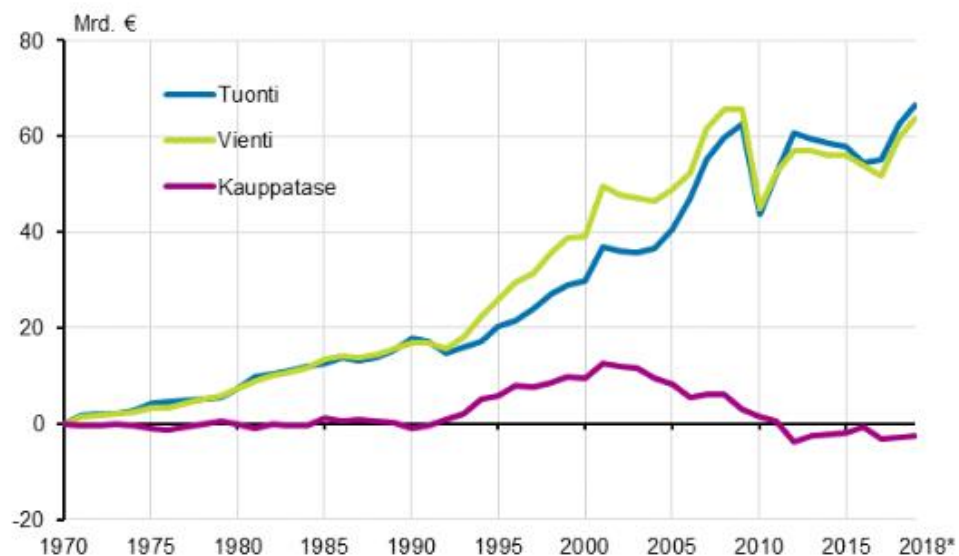
## ULKOMAANKAUPPA MAITTAIN 2019(1-1)

Kokonaiskauppavaihdon mukaan suuruusjärjestyksessä (Mrd. €)



# Ulkomaankauppa 2018

Tuonti, vienti ja kauppataase



\* ennakkotieto

Lähde: Tulli

Suurimmat tuonti- ja vientimaat 2018\*

Tuonti alkuperämaittain			Vienti määrämaittain		
	Milj. €	%		Milj. €	%
Saksa	10 310	15,5	Saksa	9 649	15,1
Venäjä	9 298	14,0	Ruotsi	6 591	10,3
Ruotsi	7 210	10,8	Yhdysvallat	4 309	6,7
Kiina	4 636	7,0	Alankomaat	4 305	6,7
Alankomaat	3 639	5,5	Kiina	3 532	5,5
Yhdysvallat	2 198	3,3	Venäjä	3 328	5,2
Puola	2 032	3,1	Britannia	2 836	4,4
Ranska	1 998	3,0	Belgia	1 947	3,0
Viro	1 977	3,0	Ranska	1 791	2,8
Norja	1 895	2,9	Viro	1 744	2,7
Muut maat	21 277	32,0	Muut maat	23 813	37,3
<b>Yhteensä</b>	<b>66 470</b>	<b>100</b>	<b>Yhteensä</b>	<b>63 843</b>	<b>100</b>

\* ennakkotieto

Lähde: Tulli

Tuonti ja vienti tuoteluokittain 2018\*

Tuonti	Milj. €	%
Kemian teollisuuden tuotteet	11 588	17,4
Sähkö- ja elektroniikkateollisuuden tuotteet	9 525	14,3
Kaivostoiminnan ja louhinnan tuotteet	8 570	12,9
Kulkuneuvot	7 189	10,8
Koneet ja laitteet	5 696	8,6
Muut	23 903	36,0
<b>Yhteensä</b>	<b>66 470</b>	<b>100</b>

Vienti	Milj. €	%
Metsäteollisuuden tuotteet	13 096	20,5
Kemian teollisuuden tuotteet	12 331	19,3
Metallit ja metallituotteet	9 883	15,5
Koneet ja laitteet	8 196	12,8
Sähkö- ja elektroniikkateollisuuden tuotteet	7 449	11,7
Muut	12 889	20,2
<b>Yhteensä</b>	<b>63 843</b>	<b>100</b>

\* ennakkotieto

Lähde: Tulli



Yleistä Kulttuureista ja viestinnästä

# Kulttuurin määritelmä

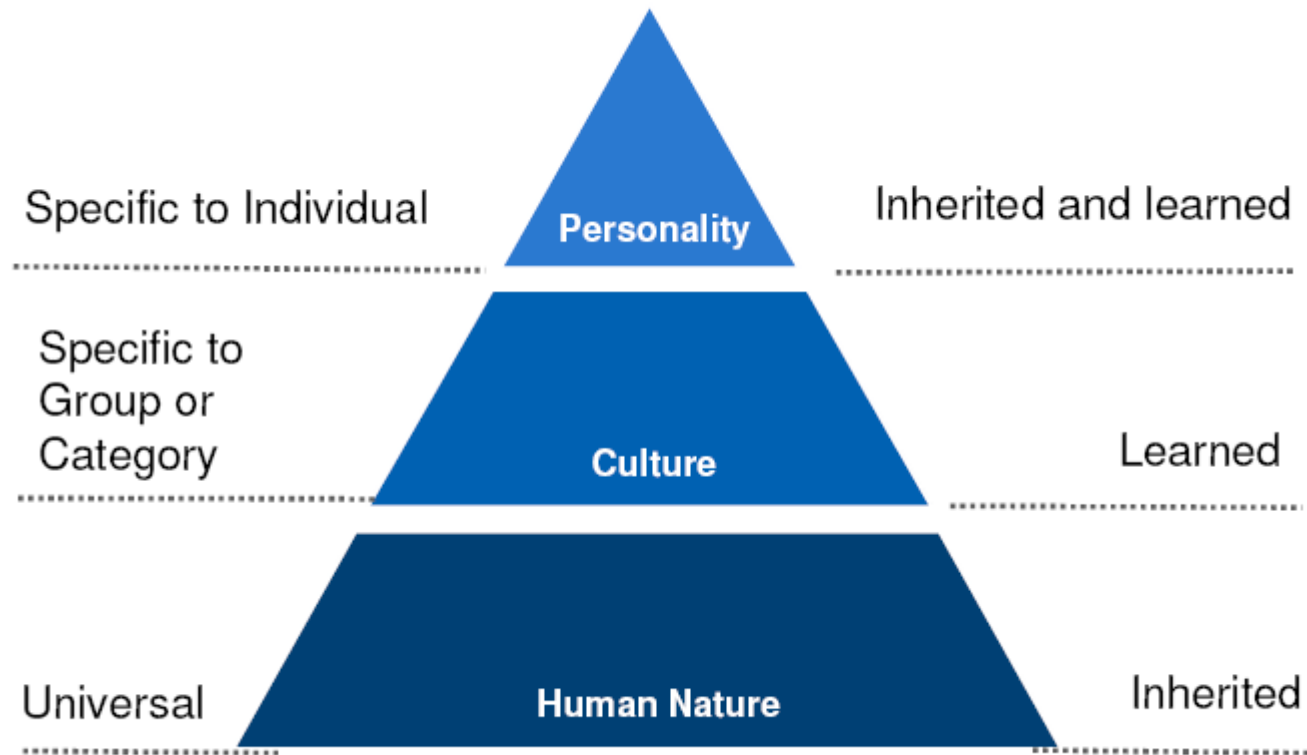
- **Culture can be defined:**

- Common "meaning" system , which describes one group of human being's way to see the world and which differentiates the group from other groups
- Relative, because there does not exists an absolute culture meaning one culture can not be defined to be better or worse ("There is not any one single thruth in the world!")
- Learned, not inherited
- It is connected to a behaviour of a group, not to a behaviour of any single human beeing



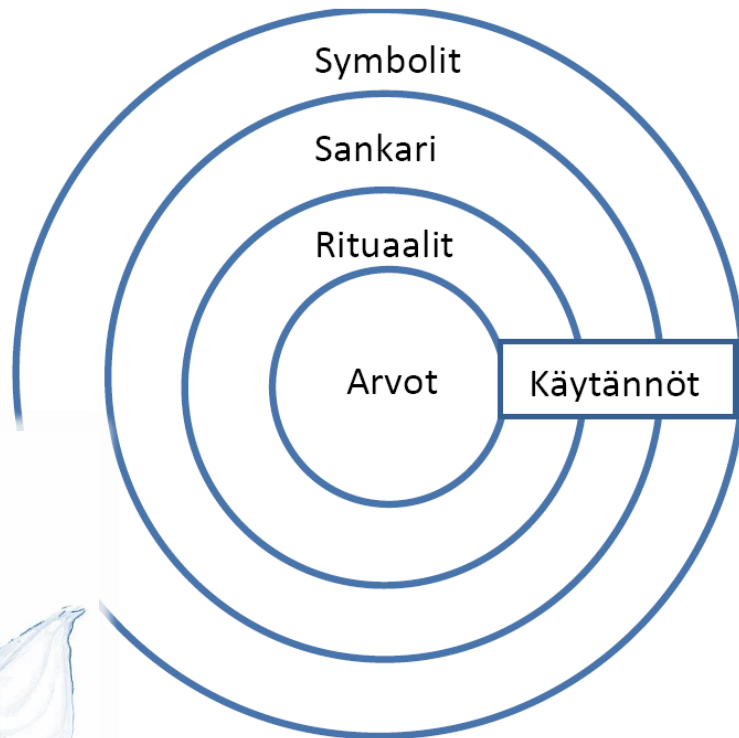


# ”Mielen ohjelmointi”



# Kulttuurin eri tasot

Kulttuurin tasot



"Sipulimalli"



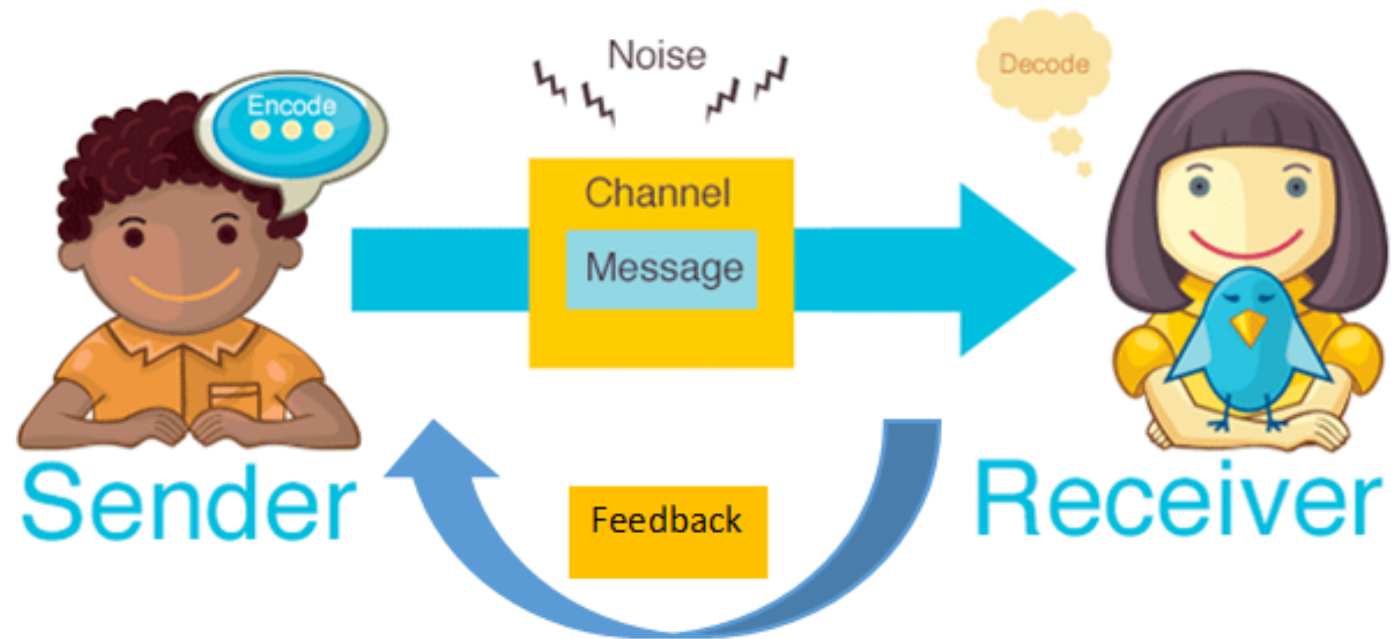
"Jäävuorimalli"

# Viestinnän yleiset piirteet

- Tarve kommunikoida
- Tarve tulla kuulluksi ja ymmärretyksi
- Kyky reagoida henkilökohtaisiin ja kulttuurisesti mukautettuihin viesteihin
- Omien asenteiden ja tunteiden siirtäminen muille
- Sanattoman viestinnän merkityksellisyys



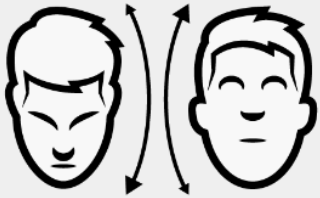
# Kommunikaatioteoria



# Importance of Culture; Body Language Around the World

## HEAD

Nodding your head generally means agreement or approval.



But **Bulgarians** and **Greeks**, for example, are known for their unusual manner of saying yes and no: Nodding up and down signifies a negative.

## EYES



Good eye contact is expected in the **West**. Strong eye contact is most notable in **Spain**, **Greece**, and **Arab** countries.



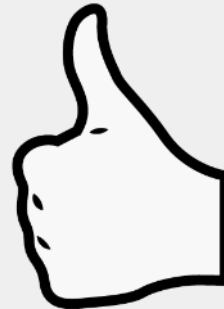
**Finns** and **Japanese** are embarrassed by another's stare, and seek eye contact only at the beginning of a conversation.

## HANDS

The **American** "goodbye" wave can be interpreted as the signal for "no" in many parts of **Europe** and **Latin America**.



In **Malaysia** it is taboo to point with your index finger, but you can point with your thumb. "Thumbs up" is used in many cultures, none more so than **Brazil** however,



The **Italian** goodbye wave can be interpreted by **Americans** as "come here." The **American** "come here" gesture can be seen as an insult in most **Asian** countries.



...where the signal is used everywhere. However, it's a rude sexual signal in some **Islamic** countries, **Sardinia**, and **Greece**, and can signify the number "1" in **France**.

## EARS

The **Portuguese** tug their earlobes to indicate tasty food, but in **Italy** this gesture has sexual connotations,



...and in **Spain** it means someone is not paying for their drinks.

## LEGS

Sitting crosslegged is common in **North America** and some **European** countries,



...but it's viewed as disrespectful to show the sole of your shoe to another person in **Asia** and the **Middle East**.

Source: "When Cultures Collide: Leading Across Cultures" by Richard Lewis and NACADA (<http://www.nacada.ksu.edu/>)

**BUSINESS INSIDER**

Culture is the way  
you think, act, and  
interact.





**Saksan, Ruotsin, Kiinan ja Japanin kulttuuritietoa**



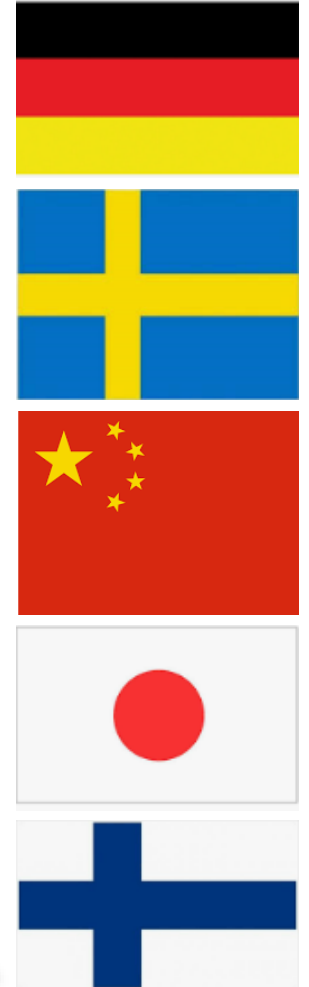
Minkä uutisen olette viimeksi kuulleet ko. maista?  
Milloin?  
Oliko se positiivinen vai negatiivinen?



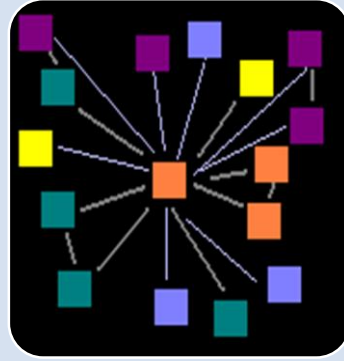
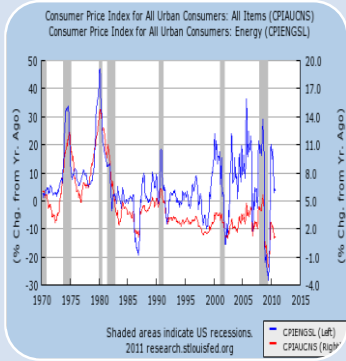
# Perustietoja

	Väestö	Pinta-ala km2	Kieli	BKT USD/capita	Valuutta	Pääkaupunki
Saksa	82,8 milj.	357376	Saksa	47790	EUR	Berlin
Ruotsi	9,97 milj.	450295	Ruotsi	51300	SEK	Stockholm
Kiina	1420 milj	9596961	Mandariini Kiina, Korea, Mongoli ja Tiibet	9300	CNY *	Peking
Japani	127 milj.	377955	Japani	46735	JPY	Tokio
Suomi	5,523 milj.	388455	Suomi, Ruotsi	43482	EUR	Helsinki

\*Renminbi



# Cultural Variables Effecting Communication



## 1.Task and Relationship Orientation

How culture influences on creation of trust

## 2.Low Context vs. High Context

How direct and undirect communication styles differ from each other and how this difference influences on nonverbal communication. In what extent different cultures are expressing their feelings and how the intimacy zone is defined

## 3.Concept of Time

How different cultures feel about time

## 4. Collectivism vs. Individualism

How people in different cultures feel about groups and individuals

## 5.Management Styles

How different cultures feel about authorities and decision making

High contact  
Low contact  
Medium contact  
cultures

Monochronic  
Polychronic  
Cyclical

Authoritarian  
Democratic  
Mixture

# Saksa



1. Ole ajoissa ja hyvin valmistautuneena kokouksissa
2. Muista tervehtiä asiakkaitasi oikeassa järjestyksessä. Ensin tervehditään titteliltään korkeinta, vaikka naisekin on läsnä. Sen jälkeen vanhemmuus järjestyksessä ja naiset ennen miehiä.
3. Varminta on aina Teititellä. Sinuttelu saksan kielessä on iso kohteliaisuus ja aloite tulee asiakkaalta
4. Säilytä etäisyys keskustelun aikana.
5. Pysy aina kohteliaana, muista positiivisuus ja "small talk" myös sähköpostissa
6. Ole varovainen ylistyspuheissa, mutta kerro, kun jokin sujuu hienosti
7. Kritiikki annetaan aina kahden kesken ja kuuluu yksityiseen keskusteluun.
8. Vastaanota ja hyvästele vieraasi ovelta ovelle.
9. Käyntikortti: Käsittele ammattimaisesti
10. Asiakastilaisuuksissa puhelin on aina mykkä, ja mikäli kiireellistä puhelua tai viestiä odotetaan, mainitaan siitä tilaisuuden alussa.

# Ruotsi



1. Kokousten odotetaan alkavan sovittuna ajankohtana. Useimmiten niiden aluksi ja lopuksi käteillä. Täsmällisyys symboloi sekä kunnioitusta että tehokkuutta. Kokouksissa tulee seurata esityslistaa. Ruotsalaiset suunnittelevat ja aikatauluttavat asioita mielellään... Kokouksissa määritellään usein myös määrääjat erilaisille tehtäville.
2. Tasa-arvo ja konsensus ovat myös usein ruotsalaisiin ja heidän kokouksiinsa liitettäviä määreitä. On tärkeää huolehtia, että kaikki osallistujat ovat mukana päätöksenteossa ja ettei suoraa yhteenottoa synny osallistujien kesken.
3. Kokoukset seuraavat etukäteen määriteltyä esityslistaa ja kokouksen jälkeen kirjataan pöytäkirjaan ylös tehdyt päätökset. On tärkeää pitää kiinni kokouksessa annetuista lupauksista. Sovitut asiat tulisi hoitaa ajallaan. Näin kasvatat luottamusta, mikä on ensiarvoisen tärkeää liikesuhteelle.
4. Valmistaudu hyvin ruotsalaisten kanssa käytäviin neuvotteluihin: he ovat hyvin analyttisiä ja tarkkoja. Yksityiskohdat on hyvä esittää myös paperilla, jotta niihin on helpompi syventyä. Pidä huoli, että esityksesi on asiapitoinen ja hyvin organisoitu. Ruotsalaiset ovat tunnettuja siitä, että he pystyvät neuvottelemaan hyviä sopimuksia saamatta matkan varrella itselleen vihamiehiä. Sopimukseen päädytään usein yksityiskohtaisen, konsensushakuisen dialogin avulla.
5. Kommunikaatiotyyliä voidaan kuvata sanalla pehmeä. Vallan, hierarkian tai tunteiden esiintuomista ei pidetä hyvänä. Ruotsalaiset pitävät suunnittelusta ja selkeistä menettelytavoista. He myös odottavat vastaavaa käytöstä neuvottelukumppaneiltaan.
6. Ruotsalainen kommunikaatiotyyli on suora ja avoin. Kannattaa mennä puheessa suoraan asiaan ja välttää ajan tuhlaamista. Tyyli saattaa vaikuttaa hieman tylyltä, mutta siitä ei tule pahastua. Ruotsalaiset ovat hyviä kuuntelijoita ja odottavat sinulta samaa. Keskusteluissa toisen puhujan keskeyttämistä ei pidetä hyvänä, vaan on parempi odottaa vuoroaan ja puhua vasta sitten.
7. Ruotsalaiset solmivat mielellään epämuodollisia suhteita. He kuitenkin pitävät melko selvää eroa työelämän ja yksityiselämän välillä. Niinpä epämuodollinen käytös ei kuitenkaan johda välttämättä ystävyyssuhteeseen. Ruotsalaiset puhuttelevat toisiaan etunimillä myös liikeneuvotteluissa.
8. Varjellakseen henkilökohtaista aluettaan ruotsalaiset ovat melko kaukana toisistaan keskustellessaan. Henkilökohtainen alue on yksityistä aluetta, niinpä toisen koskettamista muissa tilanteissa kuin käteillä on hyvä välttää. Kädenpuristuksen tulisi olla nopea ja luja. Ä
9. Ruotsalaiset eivät elehdi paljoa kommunikoidessaan. Muista pitää katsekontakti ruotsalaiseen keskustelukumppaniisi.

# Kiina



1. Kiinalaisille, kuten aasialaisille laajemminkin, on tärkeitä säilyttää kaikessa kanssakäymisessä päällispuolinen harmonia, eli tutummin kasvot.
2. Suomalaiseen suoraviivaiseen ja kovin asiakeskeiseen kyllä/ei -keskustelutyyliin tottuneelle voi tuottaa tulkintavaikeuksia esimerkiksi kiinalainen harmoniaa ylläpitävä tapa vastata useimpiin kysymyksiin: ”kyllä”. Paras oppi, jonka tämän tekstin kirjoittaja aikanaan Aasiassa sai, oli kaikessa yksinkertaisuudessaan: ei kannata esittää suoria kysymyksiä, vaan mieluummin asetella sanansa siten, että vastaaja on tavallaan velvoitettu käyttämään omia ilmaisujaan standardikommentin sijasta.
3. Kiinassa hierarkiat ovat kaikkialla läsnä. Perhe, yhteiskunnan hallintoapparaatti ja -laitokset, koulu, työpaikat, noudattavat omaa ”nokkimisjärjestystään”. Ikä, asema ja sen myötä asema-auktoriteetti ovat arvossaan. Kiinalaisessa yrityksessä ”pomo” on edelleen ”pomo”.
4. Ryhmät ja verkostot, kiinalaisittain guanxi, ovat perheen ohella toinen ihmisen selviytymisen ja bisnesonnen perusta. Verkostoja ja omaa guanxia kannattaa meidänkin aasialaisten yhteistyökumppanien kanssa kehittää. Alkuun pääsee osallistumalla yhteisiin rentoihin, kuten aterioille, illanviettoihin, tai vaikkapa luontoretelle. Suomen luonto on monelle Aasian miljoonakaupungeista tulevalle sitä todellista luksusta. Keskustelun aiheiksi soveltuvat esimerkiksi kulttuuri, ruoka ja urheilu. Kiinalaiset seuraavat maailmantähtiensä edesottamuksia samalla innolla kuin me suomalaiset penkkiurheilijat omiemme
5. Yhteiskuntanormien sanotaan olevan muutoksessa. Kiinassa keskustelua ja metreittäin asiantuntijatutkimusta ovat synnyttäneet nuoremman polven kansantasavallan kasvatit. Nämä edellisiä ikäluokkia koulutetummat ja kielitaitoisemmat 1980- ja 90-luvuilla syntyneet, kiinalaisittain balinghou ja jiulinghou, ovat vauhdilla kiipeämässä työelämän portaita. Heidän jakamansa sukupolvikokemus on kansainvälistyvä ja alati vaurastuva yhteiskunta, joka tarjoaa ennen näkemättömiä mahdollisuuksia – myös yksilötasolla.

# Japani



1. Tavatessa kätellään, Suomesta poiketen ei kuitenkaan voimakkaasti, eikä vastapuolta välttämättä katsota silmiin. Kättelyn lisäksi voidaan my kumartaa. Kumartaminen osoittaa kunnioitusta vastapuolta kohtaan, joten älä kumarra vitsailaksesi. Ulkomaalaiselta riittää pieni kumarrus, japanilaisten välillä kumarruksen syvyys riippuu tilanteesta ja henkilöiden suhteesta toisiinsa.
2. Kun haluat esitellä itsesi japaniksi, voit sanoa: "Hajimemashite. Watakushi, Atria no Matti Meikäläinen to moushimasu." Se tarkoittaa: "Hauska tutustua. Olen Matti Meikäläinen, työskentelen Atrialla." Monissa liike-elämän yhteyksissä voit tuki esitellä itsesi japanin sijaan englanniksi. Voit esittelyssä mainita nimesi ja yrityksesi lisäksi myös asemasi yrityksessä. Jos esittelet japanilaisen henkilön jollekulle toiselle, muista käyttää kohteliasta -san päätettä esiteltävän henkilön nimen mainitessasi. Pääte ei viittaa sukupuoleen, sitä käytetään sekä miehistä että naisista. Omaan nimeen ei päätettä liitetä.
3. Yrityselämässä esittelyjen yhteydessä vaihdetaan myös käyntikortteja, joten niitä tulisi aina olla riittävä määrä mukana. Kortissa tulisi olla myös asema yrityksessä mainittuna. Paras kortti on sellainen, jonka toinen puoli on kirjoitettu japaniksi. Kortti tulee ojentaa molemmin käsin. Ojentaessa kortin tulisi olla niin, että vastapuoli voi heti korttia kääntämättä lukea siitä nimen, mielellään japanilaisin aakkosin kirjoitettuna. Kun saat vastapuolelta käyntikortin, ota se vastaan molemmin käsin.
4. Nyökyttely tarkoittaa, että kuuntelija seuraa vastapuolen puhetta. Nyökkäys ei tarkoita, että asiasta oltaisiin samaa mieltä, ainoastaan että puhe on kuultu. Kuunnellessa japanilaisen puhetta, tulisi myös itse nyökytellä.
5. Vältä kosketusta, älä myöskään koske tai työnnä mitään jaloillasi. Älä seiso liian lähellä, japanilaisetkin arvostavat omaa tilaansa. Oikeanlainen käyttäytyminen on hiljaista, kunnioittavaa ja nöyrää. Jatkuva keskustelu ei ole välttämätöntä. Japanissa epäsuora kommunikointi on arvossaan.
6. Japanissa pukeudutaan yleisesti ottaen hyvin. Liike-elämässä tyyli on modernia ja virallista, kirkkaita värejä tulisi välttää. Bisnestyyli on naisille konservatiivisen muodollisia mekkoja korkeakorkoisin kengin. Ei riippuvia koruja, liian paljastavia asuja tai liiallista meikkausta. Miehille musta puku ja kravatti (ei liian värikäs). Ravintoloissa naisten tulisi välttää lyhyitä hameita, koska ruokailu saattaa tapahtua lattialla istuen.
7. Kengät kannattaa valita siten, että ne on helppo pukea ja riisua. Kengät riisutaan aina vieraillessa toisen kodissa, mutta myös joissakin ravintoloissa ja jopa joissakin yritysten tiloissa. Kannattaa myös pitää huolta siitä, että sukat ovat kunnossa, jottei synny noloja tilanteita kengät riisuessaan.
8. Lahjaa antaessa itse antamisprosessi on tärkeämpää, kuin lahja itse. Kun yhteistä yritystoimintaa ensi kertaa aloitetaan, tulisi aina antaa lahja ensitapaamisella. Anna japanilaisen aloittaa antamalla oma lahjansa. Lahja voi olla myös koko yritykseltä toiselle yritykselle, mutta tämän lisäksi tulisi antaa myös henkilökohtainen lahja.
9. Yritä aina toimittaa lahjat henkilökohtaisesti. Jos saat joltakin lahjan, sopiva vastalahja on arvoltaan noin puolet saadun lahjan arvosta. Kii

# Hofsteden kulttuurien vertailu – 6 D malli

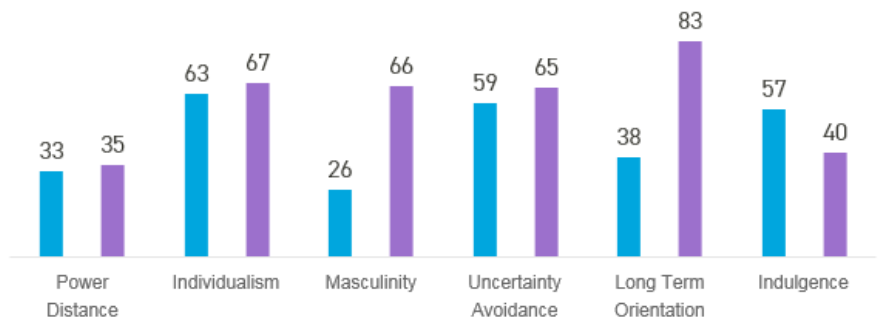


# Hofsteden 6 ulottuvuutta

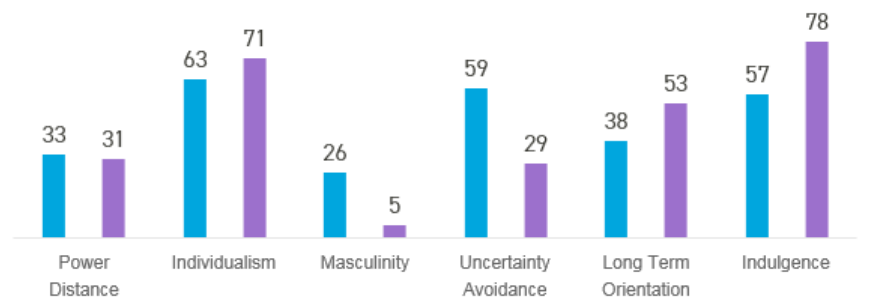
Dimension	Characterstics	Online Classroom	Score	Strong vs. weak uncertainty avoidance	Degree to which members of a society feel uncomfortable with uncertainty	Students with uncertainty avoidance either treat uncertainty within a course as just a nother issue or they tend to avoid uncertainty	US: 46 World average: 64
Large vs. small power distance	Extent to which members of a society accept and expect that power in institutions is distributed	Students in power distance cultures are taught to honor others or consider people on more equal terms	US:40 World average:55				
Individualism vs. collectivism	Refers to the strength of connection people have to members of their community	Students in both the societies either feel more comfortable when working in groups or when they are working alone	US:91(world's highest) World average:43	Long term vs. short term orientation	Extent to which a society exhibits a future oriented perspective rather than short term point of view	Students from countries either share values associated with long term or associated with short term values	US:29( world's lowest) World average:45
Masculinity vs. femininity	Extent to which the society values maintains traditional male & female roles	Students from countries that score high in masculine or in feminine index either they contribute more or less	US:62 World average:50	Indulgence vs. restraint	<ul style="list-style-type: none"> <li>• society that allows free gratification to enjoy life and have fun.</li> <li>•Restraint stands for a society that controls gratification of needs and regulates it by means of strict social norms</li> </ul>	Students from different countries either enjoy their life to full extent or they control their needs through rules and regulation	US have Indulgence than world



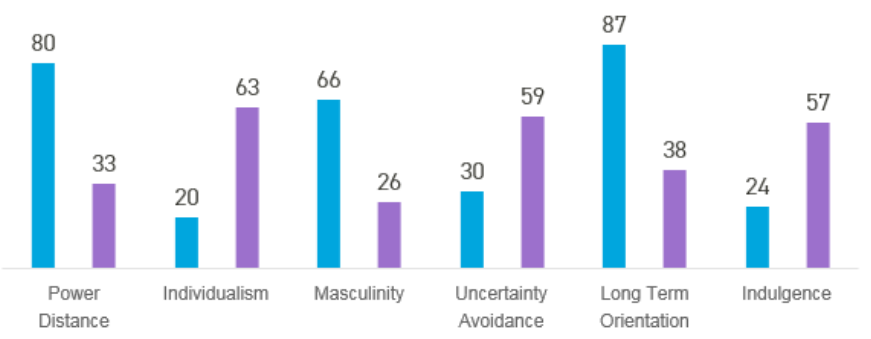
Finland × Germany ×



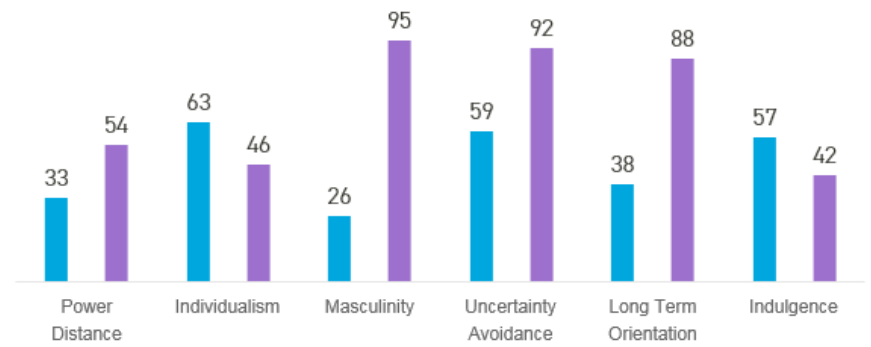
Finland × Sweden ×



China × Finland ×



Finland × Japan ×



# Make or Brake the Deal

## Germany

Germans often respect direct communication and err on the side of being blunt in business dealings. The more straightforward, the better when in Germany. It's also wise to remain serious and devoid of humor, as jokes are not appreciated in a business context.

## Sweden

The Swedes love their fika, which has no English translation but generally means a social break with coffee, sweets, and friends. And most Swedes do this every day at least once. So get ready to partake in this Swedish tradition, but do not ask for a decaf substitute—it's awful and not always available. Coffee and cinnamon buns might as well be the society glue, giving people a reason to get together and be social, especially in Stockholm

## China

Americans working in China better have a gift ready when they show up for a business meeting. However, don't expect it to be eagerly accepted. In China, the customary tradition is that gifts are refused up to three times before being accepted. It is important to continue offering your present until it is finally taken.

## Japan

While the business card has declined in importance in the U.S., that is far from the case in Japan. When doing business with the Japanese, Americans should be armed with stacks of their [business cards](#), which should be printed in both English and Japanese.

The business card is held in very high regard in Japan. When presenting your card, it is critical to pass it out with both hands, with the Japanese side facing up. When receiving a business card, Americans should accept it with both hands and thank them while doing so. In addition, the business card should never be written on or played with during the meeting, as both are signs of disrespect.



**Workshop: Valmistautuminen Businessmatkaan**

# Workshop

Tuli yllättävä mahdollisuus lähteä esittelemään omaa tuotetta (valitse maa). Miten valmistaudut matkaan?

Valitkaa pari/ryhmä ja tehkää niin yksityiskohtainen suunnitelma kuin mahdollista.

Jokainen ryhmä esittää suunnitelmansa kaikille muille.



Yhteenveto päivästä

# Vältä nämä viisi virhettä

1. Elämme globaalissa ympäristössä ja maailmassa, missä kulttuurien väliset erot ovat vähenemässä ja katoamassa pikku hiljaa
2. Luottaminen maalaisjärkeen "common sense"
3. Älä luota maakohtaisiin listoihin do's and don'ts, niin kuin ne olisivat kymmenen käskyä
4. Illuusio, että meidät on ymmärretty oikein
5. Kultaiseen sääntöön luottaminen

# Kulttuurishokki

**Kulttuurišokki** tarkoittaa ihmisen vaikeutta sopeutua vieraaseen kulttuuriin. Siihen liittyvät oireet voivat olla psyykkisiä ja fyysisiä, voimakkuudeltaan eriasteisia ja jokainen kokee sen eri tavoin.

Kulttuurišokkiin liittyvien tuntemusten voimakkuus riippuu omasta henkisestä kapasiteetista, oman ja kohdattavan kulttuurin erilaisuudesta sekä aiemmista kokemuksista

## *Kulttuurishokin vaiheet*

1. **Kuherruskuukausi:** Uuteen kulttuuriin saavuttaessa innostus nähdä ja kokea kaikki ulkopuolisen tarkkailijan silmin. Vieras kulttuuri nähdään hyvässä valossa huomaamatta sen huonoja puolia.
2. **Šokin kynnysvaihe:** Pienet asiat alkavat ärsyttää ja uuden kulttuurin huonot puolet ja käytännön ongelmat tulevat esiin. Väsymys, masennus ja koti-ikävä ovat tämän vaiheen yleisiä oireita.
3. **Sopeutuminen:** Vähittäinen oppiminen, toimeen tuleminen erilaisissa tilanteissa ja ymmärrys toimintatapojen syistä auttavat sopeutumaan uuteen kulttuuriin. Olo alkaa tuntua kotoisammalta ja kommunikaatio-ongelmat vähenevät. Yleinen uudesta kulttuurista johtuva stressi vähenee.
4. **Paluušokki:** Paluu omaan kulttuuriin voi aiheuttaa suuremman šokin kuin kulttuurišokki vieraassa kulttuurissa. Uudelleensopeutuminen omaan kulttuuriin voi viedä aikaa vieraassa kulttuurissa kertyneiden kokemusten ja mahdollisesti muuttuneen omakuvan vuoksi



**THINK**  
*global*  
**ACT**  
*local*

RITAVALVE

Mobile: +358 400 841664  
eMail: [rita.valve@ritavalve.com.com](mailto:rita.valve@ritavalve.com.com)  
Skype: ritavalve

[www.ritavalve.com](http://www.ritavalve.com)