



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sara-Sofia Hussein

SUOMALAISEN PREMIUM-SUKLAAN  
VIENTIMAHDOLLISUUDET  
KUWAITIIN

Case Taiga Chocolate Oy

Liiketalous  
2020

## TIIVISTELMÄ

Tekijä	Sara-Sofia Hussein
Opinnäytetyön nimi	Suomalaisen Premium-suklaan vientimahdollisuudet Kuwaitiin
Vuosi	2020
Kieli	suomi
Sivumäärä	56 + 2 Liitettä
Ohjaaja	Leena Pommelin-Andrejeff

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä yrityksen tulee ottaa huomioon vietäessä Suomesta Premium-suklaata Kuwaitiin. Työ tehtiin toimeksiantona Taiga Chocolate Oy:lle, joka on kiinnostunut viennin aloittamisesta Lähi-idän markkinoille. Tavoitteena oli tehdä toimeksiantajayritykselle tutkimus Kuwaitin viennistä elintarvikkeiden näkökulmasta, jota yritys voi hyödyntää tulevaisuuden vientiprosessissa.

Tutkimuksen teorettinen viitekehys koostuu kolmesta pääotsikosta, jotka ovat elintarvikkeiden vientiprosessi, Kuwait viennin kohdemaana ja Kuwait suklaan markkina-alueena. Aineiston teorettisessa viitekehyksessä käytettiin verkkolähteitä ja kirjallisuutta. Teorettisen viitekehysten pohjalta toteutettiin empiirinen tutkimus.

Tutkimuksen empiirinen tutkimus toteutettiin käyttäen kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Aineistokeruumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua ja haastatteluita oli yhteensä neljä. Haastateltavat työskentelevät suomalaisissa tai kuwaitilaisissa yrityksissä viennin parissa, jotka ovat Lähi-idän viennin asiantuntijoita. Haastatteluilla pyrittiin selvittämään elintarvikkeiden vientiprosessin mahdollisuuksista Kuwaitissa.

Tutkimustuloksista selvisi, että erityisesti haasteita elintarvikkeiden viennissä Kuwaitiin on vähäinen tiedon puute markkinoista ja elintarvikkeita koskevat rajoituksista. Muita keskeisiä havaintoja tutkimustuloksien pohjalta oli suklaan kova kilpailu suklaamarkkinoilla sekä paikallisen jakelijan valinnan sopivuus. Tulosten perusteella saatiin käsitystä Kuwaitin markkinoiden mahdollisuuksista ja siitä, mitä elintarvikkeiden vientiin Kuwaitiin erityisesti vaaditaan.

## ABSTRACT

Author	Sara-Sofia Hussein
Title	Export opportunities for Finnish premium chocolate in Kuwait
Year	2020
Language	Finnish
Pages	56 + 2 Appendices
Name of Supervisor	Leena Pommelin-Andrejeff

---

The goal of the thesis was to find out what things a company must pay attention to when exporting premium chocolate from Finland to Kuwait. This thesis was done as an assignment for Taiga Chocolate company that is interested in starting exports to the Middle East. The goal was to provide a study on exporting foodstuffs to Kuwait that the company could benefit from in its future export process.

The theoretical framework of the thesis consists of three main chapters that are the food export process, Kuwait as the destination country for exports and Kuwait as a market for chocolate. The theoretical framework was done by using the internet and books as sources. Based on the theoretical framework, an empirical study was executed.

The empirical research of the study was made using a qualitative study method. The research method was thematic interview and there were four interviews in total. The interviewees worked in Finnish and Kuwaiti companies in the field of exports and where experts in Middle Eastern exports. The objective of the interviews was to find out the possibilities of food exports in Kuwait.

The research results showed that the challenges in food exports to Kuwait are the lack of information about the markets and food restrictions. Other key findings based on the research were the hard competition in the chocolate market and the suitability of the choice of the Kuwait distributor. The results provided an insight of the Kuwait market opportunities and what is required for food exports to Kuwait.

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO .....	8
1.1	Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymys .....	8
1.2	Toimeksiantaja esittely .....	9
1.3	Työn rakenne .....	10
2	ELINTARVIKKEIDEN VIENTIPROSESSI .....	12
2.1	Kansainvälinen elintarvikeoikeus .....	12
2.2	Suomen elintarvikeala- ja vienti .....	12
2.3	Elintarvikkeiden vientiedellytykset .....	14
2.4	Elintarvikkeiden vientirajoitukset .....	15
2.4.1	Kuwaitin tuontikiellot ja rajoitukset .....	16
2.4.2	Kuwaitin vientirajoitukset suklaan ainesosiin .....	17
2.5	Vaaditut vientiasiakirjat elintarvikkeisiin .....	17
3	KUWAIT VIENNIN KOHDEMAANA .....	19
3.1	Kuwaitin perustietoa .....	19
3.2	Kuwaitin historiaa .....	19
3.3	Kuwaitin tapakulttuuri .....	20
3.4	Tapaaminen ja tervehtiminen .....	21
3.5	Kuwaitin vienti ja tuonti .....	23
3.6	Kuwaitin viennin myönteisyys Suomelle .....	23
3.7	Kuwaitin ja Suomen kauppasuhteet .....	24
3.8	Kuwaitin ja muiden maiden kansainväliset sopimukset .....	25
4	KUWAIT SUKLAAN MARKKINA-ALUEENA .....	27
4.1	Lähi-Idän jälkiruokia .....	27
4.2	Suklaa Kuwaitissa .....	27
4.3	Premium-suklaa Kuwaitissa .....	29
4.4	Suklaan pääkilpailijat .....	30
4.5	Suklaan erityisvaatimukset .....	30

5	EMPIIRINEN TUTKIMUS .....	33
5.1	Teoreettinen viitekehys .....	33
5.2	Tutkimusmenetelmät.....	34
5.3	Tiedonkeruumenetelmät .....	35
5.4	Haastattelukysymykset .....	36
5.5	Haastateltavien valinta .....	37
6	TUTKIMUSTULOKSET .....	39
6.1	Elintarvikkeiden vientiprosessi.....	39
6.2	Kuwait viennin kohdemaana.....	41
6.3	Kuwait markkina-alueena suklaalle.....	42
7	TUTKIMUKSEN JOHTOPÄÄTÖKSET .....	44
7.1	Keskeisimmät johtopäätökset .....	44
7.2	SWOT-analyysi.....	45
7.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	48
7.4	Hyöty toimeksiantajalle .....	49
7.5	Jatkotutkimusehdotukset.....	50
8	LÄHTEET .....	51

## LIITTEET

**KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO**

<b>Kuvio 1.</b> Taiga Chocolate tuotevalikoima. (Taigachocolate.com.)	10
<b>Kuvio 2.</b> Elintarvikkeiden edellytykset.	15
<b>Kuvio 3.</b> Tutkimuksen teoreettinen viitekehys.	34
<b>Kuvio 4.</b> Tutkimuksen SWOT-analyysi.	47
<b>Taulukko 1.</b> Viedyimmät suomalaiset elintarvikkeet (Elintarviketeollisuusliitto, 2019.)	14

**LIITELUETTELO****LIITE 1.** Haastattelulomake (suomeksi)**LIITE 2.** Haastattelulomake (englanniksi)

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyö käsittelee suomalaisten elintarvikkeiden vientiä Kuwaitiin. Tutkimus kuuluu Vaasan ammattikorkeakoulun kansainvälisen kaupan koulutusohjelmaan. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää suomalaisten elintarvikkeiden vientimahdollisuuksia Kuwaitiin sekä mitä niitä valmistavan yrityksen tulee ottaa huomioon aloittaessaan vientiä.

Kuwaitin liiketoiminnan menestykseen tarvitaan kulttuuritietämystä, neuvottelutaitoja ja hyvien suhteiden luomista. Tässä opinnäytetyössä tutustutaan Kuwaitin valtioon yleisesti, tarkastellaan sen taloutta, kulttuuria, historiaa ja kauppakulttuuria. Elintarvikkeilla on maanlaajuista kysyntää ja sen kysyntä kasvaa jatkuvasti. Toimeksiantajayritys Taigalla oli tarvetta Lähi-idän viennin tutkimukselle sekä ulkomaankaupan vienti kiinnostaa itseäni erittäin paljon. Valitsin kyseisen aiheen juuri syiden takia sekä henkilökohtaisen kiinnostukseni vuoksi Kuwaitin markkinoista. Lähi-Itä ja Kuwait markkina-alueina ovat erittäin kiinnostavia erikoisuuksensa sekä kokonsa vuoksi.

Suomalaisilla yrityksillä olisi hyvät mahdollisuudet Lähi-Idän markkinoilla laajentaakseen liiketoimintaansa. Kuwaitissa elintarvikkeiden kysyntä on suurta, sillä maa ei juurikaan sovellu maatalouteen. Puutteelliset tiedot kulttuurista voivat heikentää vuorovaikutustaitoja sekä hidastaa liiketoiminnan kehittymistä.

## 1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymys

Tutkimuksen tavoitteena on saada selville millaisia haasteita ja mahdollisuuksia on suomalaisilla elintarvikkeilla Kuwaitin markkinoilla. Eli elintarvikkeiden vientiprosessin mahdollisuuksista Kuwaitissa sekä millaisiin ongelmiin suomalaiset yritykset voisivat kohdata.

Opinnäytetyöni tutkimuskysymyksenä on ”Mitä yrityksen täytyy ottaa huomioon vietäessä Premium-suklaata Kuwaitiin?”. Tutkimuksessa käsitellään elintarvikkeiden vientiprosessia, tämän jälkeen Kuwaitia viennin kohdemaana ja viimeisempänä Kuwaitia suklaan markkina-alueena. Tutkin aihetta kirjallisuuden ja in-



ternetlähteiden avulla sekä haastattelemalla erilaisia asiantuntijoita aiheeseen liittyen. Käytän hyödyksi myös henkilökohtaista kokemustani Kuwaitista. Tutkimus toteutetaan toimeksiantona Taiga Chocolate oy:lle, joka valmistaa luksussuklaata.

Opinnäytetyön tavoitteena on, että yritys voisi hyödyntää tässä tutkimuksessa kerättyjä tietoja ja saatuja tuloksia ulkomaankaupan haasteissa ja mahdollisuuksista Kuwaitissa.

## 1.2 Toimeksiantaja esittely

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Taiga Chocolate Oy. Yritys on perustettu Vaasassa vuonna 2018 Mirja Palolan toimesta ja hän toimii yhtiön toimitusjohtajana. Yhtiötä pyörittää tällä hetkellä kaksi naista ja yhtiön toimialana on suklaan valmistus ja myynti. Yhtiön pääkonttori sijaitsee Vaasan Raastuvankadulla.

Yritys myy luksustason gourmet-suklaata, jota inspiroi pohjoismainen luonto ja jokainen Taiga-suklaan tuote on arktisen luonnon kauneuden, puhtauden ja herkkyyden tuote. Tuotteet ovat käsintehty Suomessa. Taiga-suklaan erikoisuus on mielenkiintoinen makuyhdistelmänsä, josta he ovat saaneet huomattavasti kiinnostusta maailmalta, etenkin Aasiasta.

Tällä hetkellä Taigan tuotevalikoimassa löytyy kahdeksan erilaista makua, jotka näkyvät Kuviossa 1. Niin kuin tuotteiden nimistä näkyy, tuotteissa on todella erikoisia makuyhdistelmiä esimerkiksi kalasuklaa. Taigan tuotevalikoimasta löytyy kolme äärimmäistä makua, joita kukaan ei olisi uskonut yhdistettävän suklaan kanssa. Näihin kolmeen suklaaseen on yhdistetty kalaa, poroa, ja sirkkoja. Taiga voi myös valmistaa henkilökohtaisen suklaapakkauksen asiakkaan mielen mukaan, mikä voi olla erinomainen yrityslahja. Myös hääjuhliin Taiga tekee suklaata, johon voi itse valita pakkauksen tai lisätä jopa jotain pientä erityistä suklaaseen. (Taigachocolate.com.)



**Kuvio 1.** Taiga Chocolate tuotevalikoima. (Taigachocolate.com.)

### 1.3 Työn rakenne

Opinnäytetyö koostuu neljästä osasta, jotka ovat johdanto, teoria, empiirinen tutkimus ja johtopäätökset. Ensimmäisessä osuudessa avataan tutkimuksen aihe, valinta, tutkimuskysymys ja toimeksiantajayritys. Johdanto saattaa lukijan tutkittavaan aiheeseen tutkimuksen alussa, jonka avulla lukija ymmärtää mitä tutkimuksessa on oikeasti kyse.

Teoriaosuudessa käsitellään tutkimusaiheeseen liittyvää teoriaa. Teoriaa kerätään nettilähteistä, artikkeleista ja kirjallisuudesta. Teoriakappaleiden tarkoituksena on liittyä tutkittavaan aiheeseen. Teoriaosioissa käsitellään ensiksi elintarvikkeiden vientiprosessia ja tämän jälkeen tarkastellaan Kuwaitia viennin kohdemaana. Viimeisempänä tarkastellaan Kuwaitia markkina-alueena suklaalle. Vientiin liittyvä teoriaosio käsittelee muun muassa tietoa tarvittavista asiakirjoista, rajoituksista ja tuontikielloista. Tutkimuksen teorialuvut johdattavat tutkimuskysymyksen ja sitä kautta tutkimuksen aiheen empiiriseen osuuteen.

Tämän tutkimuksen empiirisessä tutkimusosuudessa käsitellään tutkimusongelmaa, tutkimuksen suorittamista sekä tutkimuksen tuloksia. Tutkimus toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Laadullinen tutkimus toteutetaan suorittamalla teemahaastatteluja tutkittavan aiheen asiantuntijoilta, joilla on kokemusta elintarvikkeiden viennistä ja Kuwaitin viennistä. Haastattelut toteutetaan puhelimitse, että sähköpostitse. Haastatteluiden tavoitteena oli saada mahdollisimman kokonaisvaltainen ymmärrys tutkittavasta aiheesta.

Tutkimusosuudessa tulee ilmi tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen tulokset. Tutkimustulokset on kirjattu yhteenvedona, jonka jälkeen kerrotaan vielä johtopäätökset tutkimuksesta. Viimeinen luku eli johtopäätökset ovat pohdintaa tutkimuksen aiheesta, toteutumisesta ja luotettavuudesta.

## **2 ELINTARVIKKEIDEN VIENTIPROSESSI**

Tässä luvussa kerrotaan suomalaisten elintarvikkeiden vientiprosessiin liittyvistä edellytyksistä Kuwaitiin sekä Suomen elintarvikeviennistä yleisesti. Yrityksen aloittaessa vientitoimintaa ulkomaan markkinoille joutuu se omaksumaan aivan uuden toimintamallin. Luvussa selvitetään elintarvikkeiden vientiprosessin rajoitteita, edellytyksiä ja esteitä, jotka voivat vaikuttaa vientiprosessiin. Vientivaatimukset tulevat Kuwaitista ja ne vaihtelevat riippuen tuotteesta.

### **2.1 Kansainvälinen elintarvikeoikeus**

Elintarvikkeella tarkoitetaan tuotteita tai aineita, jotka on tehty jalostetuksi tai jalostamattomaksi tuotteeksi, joita voidaan pitää ihmisen nautittavaksi. Elintarvikkeen määritelmään ei kuitenkaan lueta rehuja, kosmetiikkaa, lääkkeitä, tupakkatuotteita, korjuukelvottomia kasveja ja ei-syötäviä eläimiä. (Tieteen termipankki 2018)

Yrityksen pyrkiessä kansainvälisille markkinoille kohtaa se lakiin liittyviä haasteita, sillä kaikilla osapuolimailla on oma lainsäätönsä. Elintarvikealalla säännökset tulevat erityisen voimakkaasti esiin, koska on kyse ihmisten ravinnosta. Kansainvälisellä elintarvikeoikeudella pyritään takaamaan turvallinen elintarvikkeiden tuotanto ja helpottamaan niiden kauppaa muiden maiden välillä. On useita organisaatioita, jotka pyrkivät hallinnoimaan tätä tilannetta esimerkiksi maailman kaupparjestö WTO (World Trade Organisation), joka helpottaa kaupankäyntiä, Maailman elintarvike ja maatalousjärjestö FAO (Food and agriculture organization of the United Nations) ja Maailman elintarvikeohjelma WFP (United Nations World Food Programme), parantavat ruuan saatavuutta. (Hollo 2008, 21-24)

### **2.2 Suomen elintarvikeala- ja vienti**

Suomalaiset elintarvikkeet vaikuttavat maailmalla. Suomen elintarvikkeissa käytetään raaka-aineina puhtaan luonnon aineksia, jotka tekevät elintarvikkeista erityisiä. Myös suomalaista korkeaa ravitsemuksellista osaamista ja hygieenistä laatua arvostetaan maailmalla. Suomessa markkinat ovat pienet elintarvikkeille, jon-

ka takia alan on tärkeää hakea kasvumahdollisuuksia muista maista. Suomen elintarvikkeiden vienti oli vuonna 2018 1,6 miljardia euroa, joista suurin osa EU-alueelle. Suurimmat elintarvikkeiden vientimaat olivat Ruotsi, Viro, Venäjä, Tanska, Ranska ja Alankomaat. (Elintarviketeollisuusliitto 2019)

Suomen elintarviketeollisuuden osuus bruttokansantuotteesta oli noin 1,3 prosenttia vuonna 2018. Elintarviketeollisuus oli noin neljänneksi suurin teollisuusala Suomessa metalli-, kemian- ja metsäteollisuuden jälkeen. Elintarviketeollisuuden liikevaihto oli noin 11,2 miljardia euroa vuonna 2018, joista suurimmat alatoimialat olivat lihateollisuus, meijeriteollisuus ja muiden elintarvikkeiden valmistus. Tilastojen mukaan Suomessa toimii noin 2000 elintarvikealan yritystä. (Toimialaraportit 2019)

Elintarviketeollisuusliitto listasi vuoden 2018 kymmenen viedyintä tuotetta, jotka näkyvät alla olevassa taulukossa. (Taulukko 1)

1. Maitotaloustuotteet
2. Muut elintarvikkeet (mm. jäätelö, tärkkelystuotteet, pasta, mausteet, valmisruoka)
3. Juomat
4. Lihat
5. Kaakao, suklaa, makeiset
6. Leivät, kakut
7. Myllytuotteet
8. Mehut
9. Tee ja kahvi
10. Kotieläinrehu

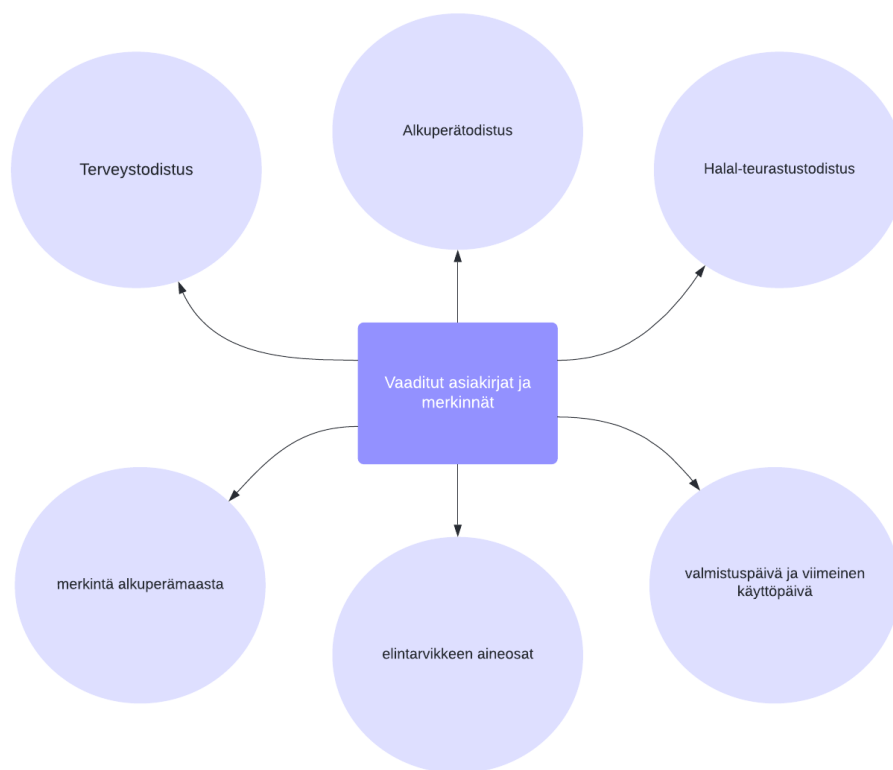
**Taulukko 1.** Viedyimmät suomalaiset elintarvikkeet (Elintarviketeollisuusliitto 2019)**2.3 Elintarvikkeiden vientiedellytykset**

Elintarvikkeiden vientiedellytyksiä on monia riippuen kohdemaasta. Islam-maihin vietäväksi tarkoitetut elintarvikkeet edellyttävät uskonnollista teurastusta koskevat asianmukaiset vaatimukset ja kriteerit. On selvitettävä mitä elintarvikkeita voi viedä Kuwaitiin ja millä ehdoin. Eri elintarvikkeille tarvitaan hyväksyntöjä, rekisteröintejä sekä tietyille tuotteille on edellytyksiä. Yrityksien täytyy kartoittaa etukäteen kaikki mahdolliset vaatimukset viedä elintarvikkeita Kuwaitiin, jotta he voivat hakea hyväksynät hyvissä ajoin. (Ruokavirasto 2020)

Kuwaitiin vietäessä elintarvikkeita täytyy kaikissa elintarvikkeissa olla mukana alkuperämaan elintarviketurvallisuusviranomaisten myöntämä terveystodistus, joka todistaa, että tuote on tehty ihmisravinnoksi. Elintarvikkeessa täytyy olla alkuperätodistus, joka osoittaa elintarvikkeiden alkuperän. Myös kaikkien lihatuotteiden mukana on oltava alkuperämaan islamilainen keskuksen myöntämä islamin (Halal) teurastustodistus. Halal-teurastus on ainoa muslimikuluttajien hyväksyttävä teurastus, jota islamin laki edellyttää eläimien teurastettavaksi vain tietyllä tapaa. (The Agricultural Trade Office 2003)

Alkoholijuomien ja sianlihan sekä niitä sisältävien elintarvikkeiden tuonti on kiellettyä. Myös jopa alkoholin tai sianlihan kuvia tai reseptejä ei hyväksytä olevan tuotteissa. Alkoholittomien oluiden tuonti on ollut sallittua vuodesta 2000 lähtien, mikäli alkoholipitoisuus ei saa ylittää 0,05 prosenttia. Kaikissa tuoduissa elintarvikkeissa täytyy olla myös merkintä alkuperämaasta, elintarvikkeiden sisältävistä aineosista, valmistus ja viimeinen käyttöpäivämäärä. (The Agricultural Trade Office 2003)

Kuvioon 2 on koottu vaaditut asiakirjat sekä merkinnät elintarvikkeiden viennissä Kuwaitiin.



**Kuvio 2.** Elintarvikkeiden edellytykset.

## 2.4 Elintarvikkeiden vientirajoitukset

Ennen viennin aloittamista on selvitettävä, onko tavaroiden viennille rajoituksia. Vientirajoituksia on asetettu joko kansallisilla- tai yhteisösäännöksillä tietyille tavaroille ja tavaroiden vientiä on myös kokonaan kielletty. Tällaisia rajoituksia kohdistuu muun muassa ampumatarvikkeiden, kulttuuriesineiden, aseiden, kaksikäyttötuotteiden ja otsonia tuhoavien aineiden vientiin. Suomessa Tulli on se viranomainen, joka valvoo vientirajoituksia, ja rajoituksia hallinnoivat myös muut viranomaiset kuten poliisihallitus, ulkoasiainministeriö ja museovirasto. Poliisihallitus vastaa ase- ja ampumatarvikkeista, ulkoasiainministeriö vastaa kaksikäyttötuotteista ja museovirasto vastaa kulttuuriesineistä. (Tulli 2019)

Voimassa olevia rajoituksia voi tarkastella tullin rajoituskäsikirjasta, johon on koottu yhteen vienti-, tuonti- ja kauttakulkurajoitukset. Vientirajoitukset ilmoitetaan koodeilla vienti-ilmoituksessa ja mikäli vietävään tavarahan kohdistuu vienti-

rajoituksia, täytyy niihin hakea vientilupaa hallinnoivalta viranomaiselta. (Tulli 2019)

Ennen vientiä täytyy selvittää vientimaan rajoitukset, sillä vientimaat voivat rajoittaa vientiä esimerkiksi kasvi- ja eläintautien leviämisen estämiseksi. Yritysten täytyy varmistaa, että vientitodistuksissa annettavat tautivakuudet pätevät. Elintarvikealan yrittäjien täytyy rekisteröidä itsensä elintarvikevalvontaan. Voimassa olevia vientirajoituksia on muun muassa hirvieläimille ja kaloille. Eläviä hirvieläimiä ei saa viedä mihinkään maahan hirvieläinten TSE-taudin vuoksi. TSE-tauti kuuluu aivotautiryhmään ja se on kuin hullun lehmän tauti. Taudin aiheuttaa erilaiset prioniproteiinit ja se on tarttuva tauti eläimille. Tauti ei tartu ihmisiin eikä sitä olla pidetty vaarallisena ihmiselle. Eläville kaloille on vientirajoituksia koskien niiden tartuttavia IHN-tautia ja VHC-tautia. IHN-tauti on lohikalojen tauti ja VHS-tauti on kirjolohen tauti. Molemmat taudit voivat tartuttaa muita kalalajeja. (Ruokavirasto 2020)

#### **2.4.1 Kuwaitin tuontikiellot ja rajoitukset**

Kiellettyjen tuotteiden hallinnosta vastaa Kuwaitissa kauppa- ja teollisuusministeriö, joka tekee yhteistyötä Kuwaitin tullihallinnon kanssa. Kiellettyjä tuotteita ovat muun muassa elävät siat, nimetyt huumausaineet, purutupakka, nuuskatupakka ja e-savukkeet. Viranomaiset voivat myös kieltää seuraavia tuotteita: kaikki Israelista tuodut tavarat, norsunluut kaikissa muodoissa, hitaasti hajoavat orgaaniset yhdisteet, otsonikerrosta heikentävät aineet, tavarat, jotka eivät kelpaa käyttötarkoitukseensa, elintarvikkeet, joihin sisältyy eläinveri tuotantoprosessissa, radioaktiivisesti saastuneet tuotteet, uhkapelilaitteet, ei-biohajoavat muovipussit, ja kaikki tuotteet, joita voidaan pitää torjuvina islamilaisen uskonnon ja julkisen moraalin määräyksille. (European Commission 2018)

Maahantuonnin kielletyt tavarat sisältävät muun muassa alkoholia, sianlihaa, ja niiden johdannaisia sisältäviä elintarvikkeita. Kuwait on myös säätänyt tuontirajoituksia ilotulitteille, kaikille eläville eläimille, radioaktiivisille alkuaineille, hevosille sekä lääkinnällisille valmisteille. (European Commission 2018)



## **2.4.2 Kuwaitin vientirajoitukset suklaan ainesosiin**

Toimeksiantajan tuottamissa suklaissa käytetään erikoisia aineosia, joihin voi kohdistua erityisiä rajoituksia. Nämä erikoiset aineosat ovat muun muassa kala, poro ja sirkat. Suklaissa on myös marjoja, joihin voi kohdistua rajoituksia. Kaikilla vientimailla on erilaiset vientirajoitukset sekä tuontikiellot elintarvikkeisiin ja niiden aineosiin. Kala- ja kalastustuotteisiin Kuwait haluaa eläinlääkintätodistuksen, joka hankitaan virkaeläinlääkäriltä. Maitotuotteille täytyy tehdä rekisteröinnit ennen tuotteen markkinointia Kuwaitissa. (Ruokavirasto 2019)

Kuwait ei hyväksy geneettisesti muunneltua ruokaa eli muuntogeenisiä elintarvikkeita. Geneettisesti muunnetut elintarvikkeet on valmistettu organismeista, joiden DNA:ta on muutettu geenitekniikan menetelmien avulla. Nämä elintarvikkeet sisältävät muuntogeenisiä aineksia tai se on kokonaan tehty niistä. (Ruokavirasto 2020)

Kuwait on asettanut rajoituksia koskien eri maista tuleviin elintarvikkeisiin, kuten elävät lehmät ja lihat Yhdistyneestä kuningaskunnasta ovat kiellettyjä. Suomelle taas Kuwait ei ole asettanut vientirajoituksia tai kieltoja koskien kuivattua lihaa, kalaa, marjoja tai sirkkoja kohtaan, mutta kuitenkin kaikille täytyy hakea terveystieteiden ministeriöltä lupaa niiden tuontiin. (Kuwait General Administration of Customs 2020)

## **2.5 Vaaditut vientiasiakirjat elintarvikkeisiin**

Yleisimmät vaaditut vientiasiakirjat Kuwaitiin vietäville elintarvikkeille ovat kauppalasku, alkuperätodistus, konossementti, ilmareitti, pakkauslista, Halal-todistus, tullimaksun kuitti, tuontilisenssi sekä tarvittaessa laadun testaustodistus. Kauppalaskusta vaaditaan yksi alkuperäiskappale ja kaksi jäljennöstä sekä alkuperätodistus. Laskussa täytyy olla tarkka kuvaus elintarvikkeista, merkinnät ja numerot, netto- ja bruttopainot, määrät, yksiköt, alkuperämaa, satama- ja laivatiedot. Lasku tulee laillistaa paikallisen kauppakamarin toimesta. Alkuperätodistuksesta täytyy olla yksi alkuperäinen ja kaksi kopiota myös. Jos tuotteet ovat peräisin Suomesta, kauppalaskuun on liitettävä ilmoitus, että elintarviketuotteet ovat peräi-

sin Suomesta ja valmistettu Suomessa. Mikäli tuotteet sisältävät ulkomaisia aineita/sisältöä on asiakirjaan lisättävä muiden aineiden alkuperämaa ja prosenttimäärä sisällöstä. Alkuperätodistus täytyy olla laillinen paikallisen kauppakamarin toimesta. (The International Trade Administration 2018)

Pakkauslistassa on oltava yksityiskohtaiset tiedot jokaisesta elintarvikkeesta, joka on leimattu viejän tai huolitsijan yrityisleimalla. Mikäli tuotteet viedään Kuwaitiin merikuljetuksin, Kuwait vaatii kolme kopiota konossementista. Konossementissa on oltava lähettäjän nimi, vastaanottajan nimi ja osoite, määräsätama, tavaran kuvaus, rahtimaksujen luettelo, konossementtien lukumäärä, ja kuittaus ja allekirjoitus vastaanotetusta tuotteesta. Tuontilisenssin haltijan nimi täytyy näkyä konossementissa ja sen täytyy olla Kuwaitin kansalainen. (The International Trade Administration 2018)

Elintarvikkeiden etiketissä on oltava tuotenimi, eläinrasvojen alkuperä, eränumero, aineosat, lisäaineet, nettopitoisuus metrisissä yksiköissä, valmistuspäivämäärä, viimeinen käyttöpäivämäärä, valmistajan nimi ja osoite, alkuperämaa, varastointi / valmistelu / käsittely ohjeet ja ravintotiedot tarvittaessa. Kaikissa liha- ja siipikarjatuotteiden merkinnöissä on oltava Halal-todistus. Nämä tiedot pitäisi olla arabiaksi, mutta monikieliset etiketit ovat myös hyväksyttäviä. (Gov.uk 2015)

Elintarvikkeisiin tarvitaan myös elintarvikesertifikaatti, joka on todistus siitä, etteivät elintarvikkeet sisällä minkäänlaista syklamaattiyhdistettä. Todistus lähetetään terveysministeriölle. Meijerituotteissa Kuwait vaatii ilmoituksen, ettei elintarviketuotteissa ole haitallisia bakteereja tai muita taudinaiheuttajia. (Australian Trade and Investment Commission 2020)

### **3 KUWAIT VIENNIN KOHDEMAANA**

Tässä luvussa keskitytään Kuwaitiin vientikohteena, minkä avulla tulemme ymmärtämään Kuwaitin taustoja paremmin. Luvussa otetaan selvää Kuwaitin perustietojen lisäksi kansainvälisestä kaupankäynnistä sekä Suomen ja Kuwaitin välisistä suhteista.

#### **3.1 Kuwaitin perustietoa**

Kuwait on emiirikunta Lähi-Idässä, joka sijaitsee Persianlahden luoteiskulmassa. Rajanaapureina ovat Irak pohjoisessa ja Saudi-Arabia etelässä. Kuwait on pieni emiraatti, joka on luonnoltaan kuivaa ja tasaista autiomaata. Maassa on noin 4,2 miljoonaa asukasta (2019), joista yli puolet on ulkomaalaisia työntekijöitä. Maan väestö koostuu 70% ulkomailta asuvista ja noin 60% siitä on arabeja mukaan lukien ulkomaalaiset. Maan suurimmat ulkomaalaisyhteisöt ovat intialaisia ja egyptiläisiä. Kuwaitissa on runsaasti alkuperäisryhmiä muun muassa Irakista, Bahrainista ja Itä-Arabiasta sekä etnisiä persialaisia. (worldmeters 2019)

Kuwait tunnetaan öljyvaroista, jotka ovat noin kymmenen prosenttia koko maailman öljyvaroista. Maan öljyn osuus bruttokansantuotteesta on yli puolet. (Globalis 2015)

Virallinen kieli Kuwaitissa on arabia ja englantia puhutaan myös laajasti. Kuwaitissa puhutaan persianlahden arabian murretta ja kouluissa opetetaan nykyistä arabian kieltä. Suurin osan kuwaitilaisista ovat muslimeja, jolloin suurin uskonto on islam, johon kuuluu noin 75% väestöstä. Loput väestöstä ovat muun muassa kristittyjä, hinduja ja partseja. Väestö koostuu 30,4% kuwaitilaisista, 27,4% muista arabeista, 40,3% aasialaisista, 1% afrikkalaisia ja 9% muista. (Central Intelligence Agency 2019)

#### **3.2 Kuwaitin historiaa**

Kuwaitin historia ylettyy pitkälle, sillä tutkimuksien ja löytöjen perusteella ihmisiä on asunut Kuwaitissa noin 4000 vuotta. Al-Sabah-dynastia on hallinnut Kuwaitia jo vuodesta 1756 lähtien ja on edelleenkin vallassa. Maa oli Iso-Britannian

vallassa vuosina 1899-1961, mutta pääsi itsenäistymään vuonna 1962. Tuolloin tulonlähteet olivat helmensukellus ja laivanrakennus. Vasta 1930-luvulla löydettiin öljyä. Maailmansota keskeytti Kuwaitin öljyntuotannon, mutta sodan jälkeen saatiin öljyntuotannon takaisin liikkeelle. Kuwaitilla on aina ollut konflikteja Irakin kanssa, sillä Irak on pitänyt Kuwaitia menetettynä maakuntanaan. Irak ei tunnustanut Kuwaitin itsenäisyyttä ennen vuotta 1962. (Globalis 2015)

Vuonna 1990 Irak hyökkäsi Kuwaitiin kiristyneiden suhteiden myötä. Irak ei hyväksynyt Yhdistyneen Kansakunnan (YK) määrittelemää rajalinjaa Venäjän välittämässä neuvotteluissa. YK:n turvallisuusneuvosto vaati Irakin vetäytymistä ja sen seurauksena Irak syytti öljylähteitä palamaan Kuwaitissa. YK:n turvallisuusneuvosto tuomitsi miehityksen, mutta Irak ei ottanut tuomiota huomioon, jolloin turvallisuusneuvosto antoi valtuutuksen YK:n jäsenvaltioille ottaa tarvittavat keinot käyttöön saadakseen palautettua turvallisuuden ja rauhan. turvallisuus ja rauha palautettua. (Globalis 2015)

### **3.3 Kuwaitin tapakulttuuri**

Kuwaitin kauppakulttuuri perustuu suurimmaksi osaksi islamiin, jolloin kaikki tapaamiset suunnitellaan rukousaikojen mukaisesti. Islamissa rukoillaan vuorokaudessa viisi kertaa ja niiden ajat riippuvat vuorokauden alkamisesta. Päivä alkaa, kun aurinko nousee ja loppuu kun aurinko laskee. Työviikko on sunnuntaista torstaihin, sillä perjantai on islamilaisuudessa pyhäpäivä. Liikeajat päivisin ovat yleensä puoli yhdeksästä kello kuuteen, jossa on pidempi lounastauko. Ramadan-kuukauden aikana ei yleensä harjoiteta liiketoimintaa. Ramadan on islamilainen tapahtuma, joka on koko kuukauden kestävä uskonnollinen paasto. (Expat Arrivals 2019)

Kuwaitissa puhutaan englantia laajasti, mutta arabiaa käytetään pääkielenä. Täten kaiken virallisten kirjeenvaihtojen ja sopimusten tulee olla arabian kielellä. Liikepukeutuminen on konservatiivista. Miesten tulisi pukeutua pukuun ja naisten tulisi peittää kehoaan paljon ja välttää paljastavien sekä istuvien vaatteiden käyttöä. (Expat Arrivals 2019)

Lahjominen on osa Kuwaitin kauppakulttuuria, vaikkei sitä odoteta. Lahjominen ja liikelahja voi tehdä suuren vaikutuksen liikekumppaneihin varsinkin toivottaessa pitkäaikaista liikesuhdetta. Liikelahjoja ei kuitenkaan odoteta, mutta niitä otetaan mielellään vastaan. Liikelahjat kannattaa valita huolellisesti, sillä Kuwaitissa ollaan asiantuntijoita ylellisyystarvikkeissa. Rihkamaa ja kukkia ei pidä viedä liikelahjaksi vaan kannattaa tuoda oman maan eksoottisia esineitä tai omaan yritykseen liittyviä esineitä. Kuwaitissa lahjoja ei avata vieraiden edessä vaan lahjat avataan yksityisesti ja kiittämällä jälkikäteen kiitoskirjeellä. Lahjonta alkoholi-tuotteilla on kiellettyä Kuwaitissa. (Mikluha 2000, 102-103)

Kuwaitissa liiketoiminta toimii hierakkisen rakenteen kautta, jolloin ensitapaaminen ei tule olemaan heti keskeisten päätöksentekijöiden kanssa. Liiketoiminnan aloittamiseksi aloitetaan olemalla yhteyksissä ensimmäiseksi apulaisjohtajaan ja sitä kautta ylemmäksi. Liike-toiminnassa kannattaa käyttää hillittyä lähestymistapaa. (Expat Arrivals 2019)

Toivotuksia, arvailuja tai lausuttuja toiveita ei esitetä Kuwaitissa, sillä ne tuovat epäonnea. Tämä tulee uskonnosta, sillä islamissa ajatellaan Jumalan ohjaavan kaikkia tapahtumia, kunnes ne on loppuun käsitelty. Asiat jätetään niin sanotusti Jumalan käsiin. in's Allah -sanonnalla ilmaistaan aina toivomus tai lupaus, ja sanonta tarkoittaa käännettynä ”Jumala haluaa” tai ”jos Jumala tahtoo”. (Mikluha 1998)

### **3.4 Tapaaminen ja tervehtiminen**

Ennen Kuwaitin kanssa tehtävää liiketoimintaa on hyvä ymmärtää islamilaisuuden keskeiset periaatteet ja käytännöt. Arabian kieli katsotaan eduksi, jonka vuoksi muutaman sanan osaaminen voi olla avuksi liiketoimintaa ajatellen. Yleisin tapa tervehtiä miesten kesken on kädenpuristus ja käyntikortin tarjoaminen muutaman minuutin jälkeen ensi tapaamisesta. Tarjoa käyntikortti oikealla kädellä, sillä islamilaisuudessa pidetään oikeaa kättä puhtaana kätenä. Naista tervehdittäessä odota, kunnes nainen ojentaa kätensä ensiksi, sillä musliminaiset eivät yleensä ota

fyysistä yhteyttä miehiin. Persianlahdella tittelit ja asema ovat tärkeitä, jonka vuoksi on tärkeää kutsua virallisesti 'Sayyed' (herra) miehelle 'Sayeeda' tai 'Sayedity' naiselle, jota seuraa henkilön koko nimi. Mikäli ei ole varma mitä osoitetta täytyy käyttää, kannattaa ottaa siitä selvää etukäteen. (Expats Arrivals 2019)

Alkutervehdyksen jälkeen ja ennen kokouksen alkamista odotetaan pientä rupattelua. Aloita kertomalla lämpimästi kokemuksistasi Kuwaitissa ja tutustu liikekumppaniisi kysymällä hänestä ja hänen perheestään. Perhe on kuwaitilaisille yhteiskunnan keskus ja ei ole harvinaista, että monet saman perheen jäsenet työskentelevät samassa organisaatiossa. Tämän takia kuwaitilaiset haluavat tehdä liiketoimintaa tuntemiensa ja luotettavien kumppanien kanssa ja siksi verkostoituminen ja liikesuhteiden luominen on hyvin tärkeää. Näin luodaan luottamusta ja hyviä suhteita niihin, joiden kautta luodaan liiketoimintaa onnistuneesti. (Communicaid 2020)

Yritystapaamiset Kuwaitissa sujuvat kokemuksella ja keskeytykset ovat varsin yleisiä. Liikekumppanit voivat poistua usein puheluita varten ja asiat eivät aina mene aikataulun mukaisesti. Varaudu odottamaan neuvotteluja, sillä on hyvin yleistä, että toiselle osapuolelle on voinut tulla tärkeämpää tekemistä neuvottelujen sopimusajalle. Odottamisajaksi kuitenkin aina järjestetään joku, joka huolehtii vieraasta. Täten kannattaa mennä virran mukana ja olla kärsivällinen. Vaikka kuwaitilaiset eivät aina saavu sovittuun aikaan, heidän tarkoituksenaan ei ole kuitenkaan loukata tai väheksyä liikekumppania. (Käri-Zein 2003, 115.)

Päätösprosessi voi olla hyvin pitkä, joten ei kannata odottaa kuwaitilaisten päätöstä heti. Neuvottelut voivat kestää todella pitkään, sillä kuwaitilainen osapuoli voi hoitaa monia asioita samaan aikaan toisin kuin suomalaisessa liiketoimintakulttuurissa. (Käri-Zein 2003, 115)

Kuwaitilaiset ovat erittäin vieraanvaraisia ja anteliaita, mutta samalla hyviä neuvottelijoita. Kuwaitilaiset välttelevät kasvojen menetystä, joka johtaa siihen, etteivät he pysty sanomaan suorasanasta eitä, mikäli eivät ole kiinnostuneita liiketoimintaehdotuksista. On vaikeaa tietää, onko liiketoimi onnistunut vai ei. Täten

kannattaa pysyä rauhallisena ilman turhautumisen osoittautumista kuwaitilaiset liikekumppaneita kohtaan. (Expatriate Arrivals 2019)

### **3.5 Kuwaitin vienti ja tuonti**

Kuwaitin vienti on maailman 51. suurin vientitalous ja myös monimutkaisin talous monimutkaisuusindeksin (ECI) mukaan. Vienti oli vuonna 2017 45,9 miljardia dollaria ja tuonti 33,4 miljardia dollaria. Bruttokansantuote oli vuonna 2017 120 miljardia dollaria ja asukasta kohden BKT oli noin 71,9 miljoonaa dollaria (OECD 2017)

Arvokkaimmat vientituotteet Kuwaitille ovat raakaöljy (31,3 miljardia dollaria), puhdistettu öljy (5,68 miljardia dollaria), asykliset alkoholit (1,03 miljardia dollaria), ja maaöljykaasu (2 miljardia dollaria). Raakaöljy on 68,2 prosenttia Kuwaitin viennistä. Tärkeimmät tuontituotteet ovat autot (2,62 miljardia dollaria), lähetyslaitteet (1,6 miljardia dollaria), pakatut lääkkeet (925 miljoonaa dollaria), venttiilit (692 miljoonaa dollaria) ja korut (691 miljoonaa dollaria). Autot vievät noin 7,8 prosenttia Kuwaitin tuonnista. Vientikohteina tärkeimpinä ovat olleet Etelä-Korea, Intia, Kiina, Japani ja Singapore. Taas suurimmat tuontimaat ovat Kiina, Yhdistyneet arabiemiirikunnat, Yhdysvallat, Saudi-Arabia ja Saksa (OECD 2017)

Kuwaitin tuonti Suomesta oli noin 51,3 miljoonaa dollaria vuonna 2017. Suurimmat tuontituotteet Suomesta olivat erikoistuneet ajoneuvot, sanomalehtipaperi, nosturit, nostokoneet ja venttiilit. Elintarvikkeita Kuwait toi Suomesta noin 207 tuhatta dollaria, joista tärkeimmät olivat alkoholi, vesi, raakasokeri, suklaa ja muut syötävät valmisteet. (OECD 2017)

### **3.6 Kuwaitin viennin myönteisyys Suomelle**

Suomen talous on riippuvainen viennistä sekä kansainvälistymisestä. Yrityksien on pitänyt kansainvälistyä jo aiemmin, jotta voivat kehittää kansainvälistä kilpailukykyä myös kotimarkkinoilla. Kuwait on kannattava kohde ulkomaisille sijoituksille sen erinomaisen sijainnin vuoksi. Kuwait tarjoaa erinomaisen sijainnin markkinoille pääsyyn eri suuntiin, mukaan lukien Itä-Aasian, Turkin, ja Itä- ja Keski-Euroopan. Maalla on myös useita teollisuusalueita, ja satamassa sijaitsee

vapaakauppa-alue, joka tarjoaa hyvät mahdollisuudet tavaroiden ja materiaalien vientiin ja tuontiin.

Vahva luottoluokitus ja matalat poliittiset riskit mahdollistavat ulkomaisten yritysten harjoittaa liiketoimintaa Kuwaitin kanssa. Kuwaitilla on vahva taloudellinen asema sekä hallituksen tavoitteena on houkutella ulkomaisia yrityksiä maahan. Tämän tavoitteen toteuttamiseksi hallitus hyväksyi lain ulkomaisten suorien sijoitusten sääntelemiseksi. Lain mukaan ulkomaisen sijoittajat voivat omistaa enintään 100%:n pääoman enemmistöosakkuuksistaan, mikäli liiketoiminta tapahtuu hallituksen haluamilla aloilla. (Exportiamo 2016)

Kuwait on ollut Maailman kauppajärjestöä (WTO) vuodesta 1995 lähtien. WTO on ainoa maailmanlaajuinen kansainvälinen järjestö, jonka tavoitteena on kaupan vapauttaminen. Päämääränä on saada kauppa tapahtumaan sujuvasti, vapaasti ja ennustettavasti. WTO-sopimukset tuovat kaikille sen jäsenille turvallisemman kaupankäynnin maailmalla. WTO jäsenyys herättää luottamusta ja rohkeutta tekemään liiketoimintaa jäsenvaltioiden kanssa. (World Trade Organization 2020)

Kuwaitissa on niukkuutta viljeltävästä maasta, sillä maa kärsii makean veden puutteesta. Tästä syystä maa ei sovellu maatalouteen, jolloin melkein kaikki ruoka täytyy tuoda ulkomailta. Maalla on noin viisi prosenttia maanviljelyyn soveltuvaa maata, jolloin se on todellakin riippuvainen kansainvälisestä kaupasta. Tärkeimpiä tuotuja välttämättömyystarvikkeita ovat ruoka, vaatteet ja rakennusmateriaalit. (Globalis 2015)

Maan kansalaiset ovat myös ihastuneita ulkomaisiin tuotteisiin, korkeaan teknologiaan sekä länsimaisiin merkkeihin. Paikallinen väestö on myös nuorta ja suuria kuluttajia, joka tuo pohjoismaalaisille sijoittajille hyvät mahdollisuudet uusille sijoituksille. (Exportiamo 2016)

### **3.7 Kuwaitin ja Suomen kauppasuhteet**

Ulkomaankauppa Kuwaitin kanssa on ollut osittain vientivetoista Suomelle ja suurinta vienti oli vuonna 2008 jolloin vienti oli noin 110,5 miljoonaa euroa. Suomen ja Kuwaitin väliset suhteet ovat olleet hyvät mutta myös ohuet. Vuoden



2008 jälkeen vienti laski hurjasti 24,7 miljoonaan euroon. Maat tekevät kuitenkin myös yhteistyötä kaupallisten suhteiden lisäksi, kuten alueellisten järjestöjen EU:n ja Persianlahden yhteistyöneuvoston (GCC:n) parissa. (Suomen suurlähetystö)

Vierailuvaihto maiden välillä on ollut aktiivista jo vuodesta 1980 lähtien, jolloin maat solmivat sopimuksen taloudellisesta ja teknisestä yhteistyöstä. Ensimmäinen valtionpäämiestason vierailu tehtiin vuonna 1996, jolloin Suomen tasavallan presidentti Martti Ahtisaari vieraili Kuwaitissa. Tämän jälkeen poliittiset konsultaatiot aloitettiin vuonna 2000. Vierailuja Suomesta Kuwaitiin on ollut huomattavasti enemmän kuin toiseen suuntaan. Kuwaitin ulkoministeri Sabah Al-Sabah vieraili Suomessa vuonna 1986 ja sisäministeri Salem Al-Sabah vuonna 1989. (Suomen suurlähetystö)

Suomi osallistui YK:n Kuwaitin ja Irakin rauhanturvaoperaation UNIKOMiin, joka vaikuttaa positiivisesti Suomi-kuvaan Kuwaitissa. Suomen toiminta YK:n turvallisuusneuvoston jäsenenä on tuonut hyvät suhteet Kuwaitiin. Maat solmivat diplomaattisuhteet vuonna 1969, jonka jälkeen Suomelle tuli suurlähetystö Kuwaitiin vuosille 1981-2003. Vaikka suurlähetystö jouduttiin lakkauttamaan, se ei vaikuttanut maiden välisiin suhteisiin. Suurlähetystön rekisterin mukaan vuonna 2010 Kuwaitissa oli noin 25 suomalaista perhekuntaa. (Suomen suurlähetystö)

Kuwaitin tuonti Suomesta on noin 17,4 miljoonaa dollaria vuonna 2017. Suurimmat tuontituotteet suomesta olivat erikoistuneet ajoneuvot, sanomalehtipaperi, nosturit, nostokoneet ja venttiilit. Elintarvikkeita Kuwait toi Suomesta noin 207 tuhatta dollaria, joista tärkeimmät olivat vesi, raakasokeri, suklaa ja muut syötävät valmisteet. (OEC 2017)

### **3.8 Kuwaitin ja muiden maiden kansainväliset sopimukset**

Kuwait on jäsenenä seuraavissa sopimuksissa ja on allekirjoittanut seuraavat sopimukset:

- Arabiliitto (AL)

- Yleissopimus tavaroiden kansainvälisestä kuljetuksesta TIR-carnet'illa (TIR-yleissopimus)
- Persianlahden yhteistyöneuvosto (GCC)
- Kansainvälinen yleissopimus harmonioidusta tavarankuvaus- ja koodausjärjestelmästä (HS-yleissopimus)
- Tullausmenettelyjen yksinkertaistamista ja yhdenmukaistamista koskeva kansainvälinen yleissopimus
- Arabi öljyä vievien maiden järjestö (OAPEC)
- Öljynviejämaiden järjestö (OPEC)
- Maailman tullijärjestö (WCO)
- Maailman kauppajärjestö (WTO)

Yhdistyneiden arabiemiirikuntien koostuvan Persianlahden yhteistyöneuvoston (GCC) tulliliiton perustamista koskeva sopimus tuli voimaan vuonna 2003. Sopimus sisältää yhteisen ulkoisen tariffin ja tullivapaan pääsyn jäsenvaltioiden väliseen kauppaan paikallisille tavaroille. Tavarat, jotka tulli selvittää GCC:n jäsenvaltion saapumistullitoimipaikassa, voidaan suunnata mihin tahansa muuhun jäsenvaltioon ilman, että tarvitaan muita tullimenettelyjä. GCC maiden välillä on yhteismarkkinat, johon kuuluu Kuwait, Bahrain, Oman, Qatar, ja Saudi-Arabia. (European Commission 2020)

Kuwait kuuluu myös GCC-jäsenyyden takia Persianlahden yhteistyöneuvoston ja Singaporen vapaakauppasopimukseen (GSFTA). GCC on myös tehnyt vapaa-kauppaliiton (EFTA) jäsenmaiden kanssa vapaakauppasopimuksen vuonna 2015. EFTA jäsenmaat ovat Islanti, Liechtenstein, Norja ja Sveitsi. Yllä mainittujen sopimuksien tavaroille voidaan soveltaa etuuskohtelua Kuwaitissa. (European Commission 2020)

## **4 KUWAIT SUKLAAN MARKKINA-ALUEENA**

Tässä luvussa perehdytään Kuwaitin jälkiruokakulttuuriin sekä sen kautta suklaan kuluttajakäyttäytymiseen. Kuwaitilla on paljon siirtolaisia eri Lähi-idän maista sekä muista maista, mikä vaikuttaa huomattavasti Kuwaitin ruokakulttuuriin.

### **4.1 Lähi-Idän jälkiruokia**

Lähi-Idän kulttuurissa ruoka on erittäin tärkeä osa jokapäiväistä elämää ja elintärkeä ominaisuus. Ruokakulttuuri heijastuu vahvasti perinteisiin sekä uskonnollisiin tapahtumiin. Lähi-Idän ruokakulttuuria näkyy nykypäivänä jo länsimaissakin, mutta jälkiruokakulttuuri on jäänyt vähäisemmäksi.

Lähi-Idän jälkiruokakulttuuri ja jälkiruoat ovat melko erilaisia länsimaisiin jälkiruokiin verrattuna. Arabialaiset makeiset ovat peräisin monista eri kulttuureista, joihin käytetään ainutlaatuisia sekä erityisiä aineosia. Leivonnaiset sisältävät suurimmaksi osaksi pähkinöitä ja ne on sekoitettu siirappiin. Lähi-Idän leivonnaiset ovatkin tunnettuja niiden tuoksuista, sillä leivoksiin käytetään tuoksuvia aineosia kuten sähramia, ruusuvettä ja appelsiininkukkia. Kuwaitissa on paljon eri Lähi-Idän kulttuureista tulleita jälkiruokia, muun muassa Palestiinasta ja Egyptistä. Perinteisin leivos on nimeltään kanafeh, joka on makea, suolainen, rapea ja kermainen leivos. Leivos sisältää nuudelimaista taikinaa, joka on kuorrutettu juustolla. Leivos liuotetaan sokeripohjaiseen siirappiin ja koristellaan pähkinöillä. (Uber Eats 2018)

Suklaan merkitys Arabimaissa on jopa viime vuosina järjestetty erikoistuneita suklaafestivaaleja useissa paikoissa kuten Qatarin Chocolate-, tee- ja kahvifestiivaalit sekä Dubaissa sijaitseva Chocolate Bazaar, jossa on suklaasuihkulähde ja suklaamunametsästys. Suklaa vastaa välttämättömyystuotetta ja se yhdistää perheet, sukulaiset ja juhlat Lähi-idän maissa. (Chocolate Class 2018)

### **4.2 Suklaa Kuwaitissa**

Kuwait tunnetaan intohimostaan suklaaseen niin kuin muutkin Lähi-Idän maat. Harvoin pääsee taloon, toimistoon tai yksityiselle sektorille missä ei olisi suklaata.

Kuwaitin suklaan ja muuta kaakaota sisältävien ruokavalmisteiden tuonti vuonna 2018 oli 190 miljoonaa dollaria ja vienti 3,21 miljoonaa dollaria. Suklaan tuonti on noussut vuosi vuodelta ja jopa vuoden 2017 jälkeen suklaan vienti nousi 23:lla miljoonalla dollarilla. Tärkeimmät kauppakumppanit suklaan tuonnille olivat:

- Arabiemiirikunnat (22 miljoonaa dollaria)
- Alankomaat (17,2 miljoonaa dollaria)
- Egypti (17 miljoonaa dollaria)
- Venäjä (16,2 miljoonaa dollaria)
- Italia, (15,2 miljoonaa dollaria)
- Puola (13,1 miljoonaa dollaria)
- Saksa (11,2 miljoonaa dollaria)
- Saudi-Arabia (10,6 miljoonaa dollaria)
- Turkki (10,5 miljoonaa dollaria)
- Belgia (9,99 miljoonaa dollaria)

(TrendEconomy 2019)

Kuwaitilaiset tuntevat hyvän suklaan, joka pakottaa yritykset tarjoamaan parasta suklaata, joka vastaa kuluttajien vaatimuksia. Suklaa edustaa seurustelua perheen ja ystävien kanssa ja monissa tapauksissa suklaa on sisälletty välttämättömäksi tekijäksi esimerkiksi Ramadanin pyhään kuukauteen, Eid -juhlaan, häihin sekä sosiaalisiin kokoontumisiin. Muun muassa vastaanotot ja häät sisältävät suklaata vieraille. (European Commission 2018)

Suklaavalmisteiden kohde ovat lopulta nuoret kuluttajat. Tumma suklaa on suosittua nuorten keskuudessa, sillä sen väitetään auttavan estämään sydänsairauksia. Tämä käsitys tummasta suklaasta kasvaa erityisesti terveystietoisten ihmisten keskuudessa. vastaavasti sokeriton, gluteeniton, vähärasvainen, ja orgaaninen suklaa ovat kysytyjä etenkin ulkomaalaisten keskuudessa sekä sellaisten, joilla on kiireinen elämäaikataulu. Maitosuklaan myynti kasvaa jatkuvasti Kuwaitissa, vaikka tumman suklaankin kulutus on kasvussa. Kuwaitin kuluttajat ovat kiinnostuneita alkuperäisistä mauista ja yhdistelmistä, kuten pippurisuklaasta. (European Commission 2018)

### 4.3 Premium-suklaa Kuwaitissa

Ylelliset suklaamarkkinat ovat laajentuneet Kuwaitissa viime vuosikymmeninä vakiosuklaan markkinoiden ohella. Ylellisyysostajia on kasvanut talouksissa ajatuksen kanssa, että kallis suklaa on edullinen ylellisyys. Tällaisia suklaita käytetään usein yrityslahjoina tai vieraslahjoina, kuten häissä. Myös näitä ylellisyys suklaita käytetään jopa tavallisilla vierailuilla, sillä Lähi-Idän kulttuurissa usein vieraat tuovat mukanaan jotain makeaa tai leivoksia. (European Commission 2018)

Viimeisen vuosikymmenen aikana markkinoilla on vallannut vahva segmentti kuluttajia, jotka etsivät ylellisyysuklaita. Kuwaitilaiset kuluttajat ovat kiinnostuneita yhä enemmän käsityöelementeistä, ja tuotteen alkuperästä, jonka myötä he ovat alkaneet etsiä suklaita, jotka ovat vähemmän yleisiä. Suklaayritykset, jotka myyvät ylellisyystuotteita tuovat esille yritysprofiileissaan ylellisyyden, paikalliset mausteet ja aineosat. Ensiluokkaiset ja huippuluokan makeiset vaativat kuitenkin suurelta osin hyvät tulot kuluttajille. Lähi-Idän kiinnostus ja markkinasegmentti on inspiroinut monia yrityksiä ja tämän myötä jopa Dubai ilmoitti lanseeraavansa Lähi-Idän kalleimman suklaan. (Chocolate Class 2018)

Kuluttajien tärkeimmät hankintakriteerit vaihtelevat suuresti pääryhmien välillä. Laatu- ja terveyshyödyt ovat tärkeitä monille kuluttajille, kun puhutaan Premium-suklaiden ja tummasuklaiden ostosta. Maiden erikoistuminen suklaan valmistukselle näkyy Kuwaitissa, jonka myötä Kuwaitissa ihaillaan Belgiasta valmistettua suklaata sen erikoistumisen takia. (Chocolate Class 2018)

Lähi-Idässä on tapana tuoda vieraille jotain makeaa esim. leivoksia, taateleita tai suklaata. Suklaa liikelahjana Kuwaitissa on hyvin yleinen nykypäivänä, sillä markkinoille on saapunut paljon ylellisyys- ja luksussuklaita juuri tätä varten. Kuwaitilaiset rakastavat suklaata ja mielellään haluavat saada lahjaksi jotain erityistä. (Chocolate Class 2018)

#### 4.4 Suklaan pääkilpailijat

Persianlahden alueella kansainvälisten, tunnettujen suklaabrändien myynti on kasvanut voimakkaasti. Suurimmat kansainväliset suklaa brändit ovat olleet Mars, Galaxy, Snickers, Twix, M&M ja KitKat. (Chocolate Class 2018)

Useiden maiden yritykset vievät suklaata ja makeisia osaksi Arabiemiirikuntia ja sitä kautta Kuwaitiin. Turkki on ollut vahva toimija molemmissa kategorioissa, ja Kiina taas johtaa suklaan tuontia Arabiemiirikuntiin. Turkilla on ollut luontainen etu, koska se on muslimimaa. Tuottajat yleensä valmistavat ja vievät halal-tuotteita, jotka täyttävät Kuwaitin halal-vaatimukset. Kuwaitin ja Turkin viennin näkymät ovat siis edelleen positiiviset. Kuitenkin yritysten markkinaosuuksien suhteen kansainväliset yritykset hallitsevat Kuwaitin suklaa- ja makeismarkkinoita. (European Commission 2018)

Yli 40%: n vähittäismyyntiarvosta Mars johtaa suklaan myyntiä Kuwaitissa. Suuret kansainväliset yritykset hyötyvät vahvoista markkinointikampanjoista, laajasta jakeluverkostosta ja investoinneista uusiin ja innovatiivisiin tuotteisiin. Eurooppalaiset yritykset kohtaavat suurten kansainvälisten yritysten kilpailun, kun suurin osa tuoduista suklaista tulee useista maista. (European Commission 2018)

#### 4.5 Suklaan erityisvaatimukset

Kuwait on asettanut erityisvaatimuksia suklaan viennille, ja niitä ovat erityisesti tietyt todistukset sekä sertifikaatit. Euroopan komission sivujen mukaan suklaalle ja kaakaota sisältävät ruokavalmisteet tarvitsevat ainakin neljä eri asiakirjaa. Nämä asiakirjat ovat:

- Analyysitodistus
- Dioksiinipitoisuuden todistus
- Ilmaisen myynnin sertifikaatti
- Elintarvikkeita koskeva terveystodistus
- Elintarvikkeiden tullitodistus.

Analyysitodistus todistaa, että suklaantuottaja on suorittanut mikrobiologiset ja fysikaaliset/kemikaaliset testit laboratoriossa. Tätä asiakirjaa vaaditaan ja tarvitaan tulliselvitykseen ja markkinoille pääsyyn. Kuwaitin viranomaiset hyväksyvät tämän todistuksen, mikäli laboratorion todistus on asianmukainen ja että todistuksessa on kaikki tarvittavat tiedot. Todistus voi olla englanniksi ja toimitetaan alkuperäisenä. Todistus on oltava kauppakamarin tai muun asianmukaisen viranomaisen varmentama ja myöhemmin laillistaa Kuwaitin suurlähetystössä. (European Commission 2020)

Dioksiinipitoisuuden todistus todistaa, että tuote on testattu maidon, maitotuotteiden, ja siipikarjatuotteiden dioksiinipitoisuus. Tätä todistusta tarvitaan tulliselvitykseen ja markkinoille pääsyyn, mikäli eläintuotteiden todistuksissa ei ilmene dioksiinipitoisuuksia. Tämän asiakirjan voi laatia millä tahansa kielellä, mutta käänös englanniksi tai arabiaksi voidaan tarvita. Huomioitavaa tässä asiakirjassa on se, että asiakirja täytyy myöhemmin laillistaa Kuwaitin suurlähetystössä. (European Commission 2020)

Ilmaisen myynnin sertifikaatti vahvistaa, että suklaan voi myydä vapaasti Kuwaitissa. Tätä voidaan tarvita markkinoille pääsyyn ja käytetään enimmäkseen ennakoedellytyksenä lääkkeiden tuonnissa. Tämän todistuksen yleensä myöntää vientimaan viranomainen tai jokin muu laitos kuten, kauppakamari. Asiakirja täytyy olla joko englanniksi tai käännetty arabiaksi. (European Commission 2020)

Elintarvikkeita koskeva terveystodistus todistaa, että suklaa on tehty ihmisravinnoksi ja se on Kuwaitin terveystodistuksen mukaista. Lisäksi terveystodistusta voidaan tarvita tulliselvitykseen. Todistus voidaan laatia millä tahansa kielellä kuitenkin suositeltavaa on laatia se englanniksi tai arabiaksi. (European Commission 2020)

Elintarvikkeiden tullitodistus todistaa, että suklaa on tarkastettu ja soveltuu terveystodistuksen mukaiseen käyttöön. Tätä todistusta tarvitaan markkinoille pääsyä varten. Maahantuojan on haettava todistusta Kuwaitin elintarviketuontiosastolta. Hakemus on valmistettava pyyntökirjeenä ja käsittelyaika vaihtelee riippuen elintarvikkeesta. Käsittelystä täytyy maksaa käsittelymaksu, joka on noin 10

KWD (noin 30 Euroa) per elintarviketyyppi. Elintarvikkeiden tuontiosasto valvoo vahvasti, ettei Kuwaitiin tuoda elintarvikkeita, jotka eivät ole todettu ihmisravinnoksi. (European Commission 2020)



## 5 EMPIIRINEN TUTKIMUS

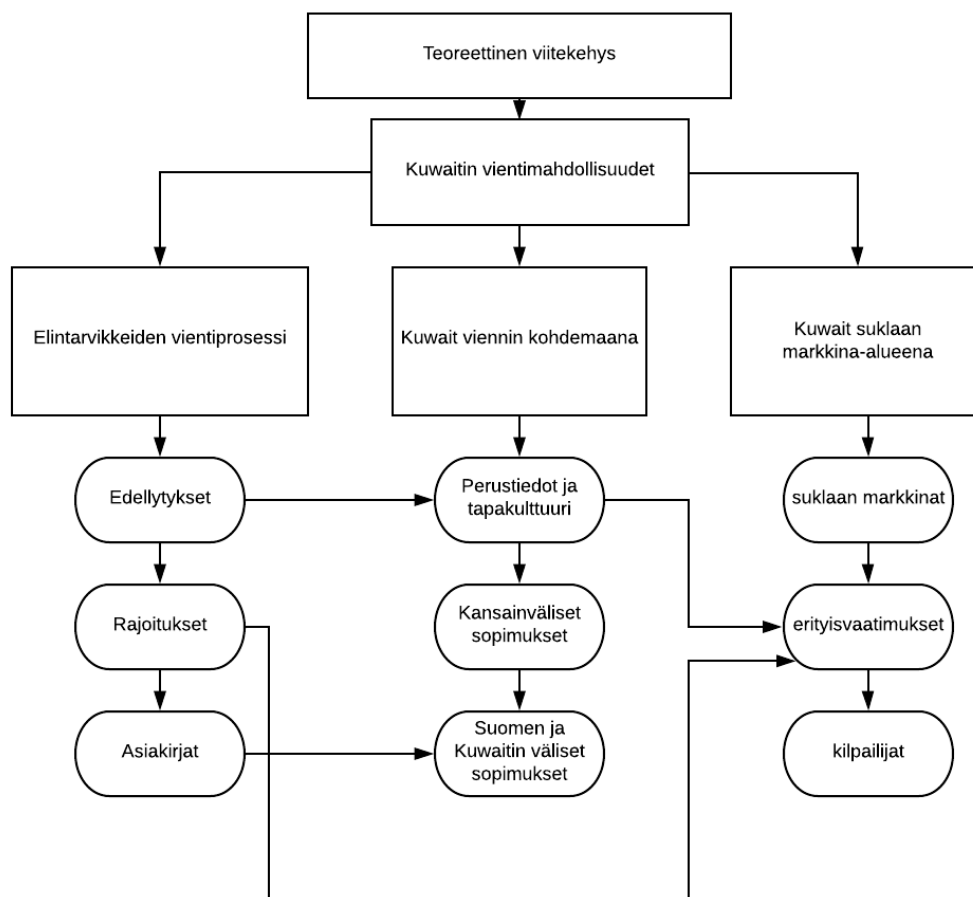
Tässä luvussa esitellään empiirinen tutkimus, jossa käydään läpi tutkimukseen kuuluva teoreettinen viitekehys, ja tutkimuksessa käytettävät tutkimus- ja aineistokeruumenetelmät. Tutkimuksen teorian lisäksi esitellään haastateltavat henkilöt sekä haastattelukysymykset.

### 5.1 Teoreettinen viitekehys

Teoreettinen viitekehys eli tutkimuksen teoria on näkökulma, jota tutkimuksen aihetta tarkastellaan. Teoria täytyy liittyä tutkimusongelmaan, koska se ohjaa ja antaa tieteellisen perustan tutkimukselle. Teorian tarkoituksena on syventää lukijan ymmärrystä ja näkökulmaa tutkimuksesta. (Kananen 2015, 112)

Tämän tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä (Kuvio 3) käsitellään elintarvikkeiden vientiprosessia yleisesti ja suklaan näkökulmasta Kuwaitin markkinoilla. Teoria luo rungon empiiriselle tutkimukselle, joka heijastuu myös tutkimuksen johtopäätöksiin. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu kolmesta pääluvusta, jotka organisoitiin loogiseen järjestykseen vientiprosessiin nähden. Nämä luvut ovat:

- 1) Elintarvikkeiden vientiprosessi
- 2) Kuwait vienninkohdemaana
- 3) Kuwait markkina-alueena suklaalle.



**Kuvio 3.** Tutkimuksen teoreettinen viitekehys.

## 5.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät ovat empiirisen tutkimuksen aineiston hankintamenetelmiä sekä analyysivälineitä. Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa joko laadullisiin (kvalitatiivisiin) tai määrällisiin (kvantitatiivisiin) tutkimusmenetelmiin. Tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttavat tutkimuskysymykset, hankittu aineisto sekä tutkimuksen teoreettinen kehys. Haastattelumuotoja on useanlaisia ja niiden valinta perustuu tutkittavaan aiheeseen, tavoitteeseen sekä haastateltavien preferensseihin. (Avoimen yliopiston Koppa 2020)

Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta käytetään, kun tavoitteena on saada selville uutta ilmiötä tai kun ilmiöstä ei ole aikaisempia tutkimuksia. Kvalitatiivisen tutkimuksen peruskysymyksenä on mitä ja tiedon keruuseen on monia vaihtoehto-

ja. Käytetyimpiä tutkimuskysymyksiä on teemahaastattelu, tarkkailu sekä erilaiset asiakirjat. Teemahaastattelussa kysymykset ovat avoimia, ja ne keskittyvät määrättyyn ilmiöön ja asiakirjat perustavat jo olemassa olevaan analyysiin. (Kananen 2011, 37,41,48)

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus edellyttää yleensä aiempaa tutkimusta ja syvällistä ymmärrystä tutkittavasta aiheesta. Tämä tutkimusmenetelmä koostuu siitä, kuinka teorit toimivat todellisuudessa. Tutkimus tehdään usein kyselylomakkeen muodossa tietylle joukolle, jota ilmiö koskee. Tutkimuksessa usein käytetään laskennallisia sekä tilastollisia menetelmiä ja yleisin aineiston keruumuoto on henkilöille lähetettävä kysely. Tutkimuksen otos on yleensä melko suuri sekä kyselylomake luodaan selkeäksi. (Kananen 2011, 72)

Tämän tutkimuksen empiirisen osuuden tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä, koska tutkimus tarvitsi syväluotavaa tietoa. Laadullinen tutkimusmenetelmä oli paras vaihtoehto tutkimukselle, sillä tavoitteena oli saada haastatteluiden avulla kaiken kattava ymmärrys tutkittavasta aiheesta sekä kohdemaasta. Tutkittavasta aiheesta ei ole ollut aikaisempia tutkimuksia. Elintarvikkeiden vientiprosessi ei ole kuitenkaan uusi, sillä suomalaiset ovat vieneet elintarviketuotteita jo kautta aikojen. Tutkimuskysymykseni keskittyy suomalaisten Premium-suklaiden vientiin, josta ei ole vielä tehty tutkimuksia kohdistuen nimenomaan Kuwaitiin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2012, 204-206)

### **5.3 Tiedonkeruumenetelmät**

Kuten aiemmin on jo todettu, tämän tutkimuksen lähestymistapa tutkittavaan aiheeseen on kvalitatiivinen lähestymistapa, eli laadullinen menetelmä. Haastattelu-tapoja on monia erilaisia kuten yksilöhaastatteluita, ryhmä- tai lomakehaastatteluja tai puhelimesta tehtyjä haastatteluja. Haastattelut voivat olla kestoiltaan eri pituisia ja ne ovat yleensä ennalta suunniteltuja. Yksilöhaastattelussa on vain yksi henkilö haastateltavana ja ryhmähaastattelussa on kaksi tai useampi henkilö.

Tämä tutkimus toteutettiin yksilöhaastatteluna sekä aineistokeruumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Teemahaastattelusta käytetään myös sanontaan puolistrukturoitu haastattelu, sillä haastattelu perustuu ennakkoon valittuihin teemoihin ja niihin tarkentaviin kysymyksiin. Tällaisessa haastattelussa korostuu ihmisten omat tulkinnat aiheista ja kysymyksiä ei tarvitse tuoda esille sanatarkasti tai samassa järjestyksessä kaikille haastateltaville. Toisaalta tämä on makuasia. Kuitenkaan haastattelussa ei voi kysyä mitä tahansa, sillä haastattelun tarkoituksena on saada vastauksia tutkittavaan aiheeseen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75)

Teemahaastattelussa aihepiirit ja teemat ovat kaikille haastateltaville samoja. Teemahaastattelu strukturoitiin niin, että kysymykset etenivät järjestyksessä teema teemalta. Näin haastattelu antoi mahdollisimman laajan käsityksen tutkittavasta aiheesta. Teemahaastattelun tarkoituksena oli saada haastatella eri työtehtävissä olevia henkilöitä, jotta saataisiin mahdollisimman monia perspektiivejä tutkittavaan aiheeseen. Haastattelun etuna nähdään sen joustavuus, sillä aineiston keruuta voidaan säädellä sulavasti.

#### **5.4 Haastattelukysymykset**

Haastattelukysymykset luotiin tämän työn teorian pohjalta kolmeen eri osioon. Haastattelukysymykset suoritettiin teemahaastatteluna, jossa jokaisesta teorian luvusta tehtiin kysymyksiä. Haastattelut suoritettiin vapaana keskustelulla käyttäen apuna haastattelulomakkeen kysymyksiä. Haastattelulomake sisälsi yhteensä yksitoista kysymystä ja se laadittiin suomenkielisenä, että englanninkielisenä versiona (LIITE 1 ja 2).

Haastattelujen tavoitteena oli saada selville mahdollisimman tarpeellista aineistoa suomalaisten tuotteiden vientiprosessista Kuwaitiin. Tavoitteena oli myös saada selville mahdollisia haasteita tai ongelmia, joihin suomalaiset yritykset voivat kohdata Kuwaitin vientiprosessissa ja tämän myötä kartoittaa toimeksiantajayritykselle parhaita neuvoja kohdemaan viennille.

Teemahaastattelun suunnittelu alkoi kysymysten hahmottelulla ja kokoamisella. Tämän jälkeen haastattelukysymykset laadittiin teemahaastattelun mukaisesti kes-

kittyen kysymyksissä tutkimuksen teoriaan eli elintarvikkeiden vientiprosessiin, Kuwait kohdemaana sekä Kuwait markkina-alueena suklaalle.

### 5.5 Haastateltavien valinta

Haastatteluihin valittiin suomalaisten sekä kuwaitilaisten yritysten asiantuntijoita, joilla on kokemusta elintarvikkeiden viennistä tai yleisesti viennistä. Haastateltavaksi valittiin viennin asiantuntijoita suomalaisista yrityksistä, elintarvikealan yrityksistä sekä asiantuntijoita Kuwaitista, jotka tietävät elintarvikkeiden viennistä Kuwaitiin. Näin saataisiin mahdollisimman höydyllistä tietoa toimeksiantajayritykselle.

Haastattelut aloitettiin pyytämällä haastateltavia kertomaan heidän toimenkuvasaan yrityksessä, sekä siitä, onko heille kokemusta elintarvikkeiden vientiprosessista tai viennistä Kuwaitin kanssa. Haastateltavia oli yhteensä neljä, jonka myötä osallistuneita kutsutaan *haastateltaviksi A, B, C ja D*. Seuraavaksi esitellään haastateltavien toimenkuvat;

*Haastateltava A:* Haastateltava A työskentelee suomalaisessa kansainvälistymis- ja rahoituspalveluita tarjoavassa rahoituskeskuksessa, jota johtaa Suomen työ- ja elinkeinoministeriö. Yritys auttaa suomalaisia yrityksiä kansainvälistymään auttamalla löytämään lupaavia liiketoimintamahdollisuuksia, kumppaneita ja kontakteja. Yrityksellä on Saudi-Arabiassa ja Dubaissa yhteyshenkilöitä, jotka auttavat Lähi-Idän kansainvälistymiseen liittyvissä asioissa. Haastateltava A toimii Saudi-Arabiassa.

*Haastateltava B:* Haastateltava B toimii Suomen valtion virastossa, joka edistää, valvoo ja tutkii elintarvikkeiden turvallisuutta ja laatua. Virastossa työskentelee noin tuhat henkeä 20:ssä eri toimipaikassa Suomessa. Haastateltava B toimii ylitarkastajana ja hänen vastualueenaan on Afrikka ja Lähi-Itä.

*Haastateltava C:* Haastateltava C toimii yrityksessä, joka antaa tukipalveluja sopimusten tekemiseen Kuwaitissa. Yritys on toimittanut tarvikkeita ja palveluja erilaisille yritysjärjestöille Kuwaitissa, Irakissa, Qatarissa ja Afganistanissa. Haas-

tateltavan vastuualueena on tulliselvitykset ja hänellä on kokemusta Kuwaitin tuonnista noin 30 vuotta.

*Haastateltava D:* Haastateltava D toimii yrityksessä, joka maahantuo Kuwaitiin lihaa. Vastuualueena haastateltavalla on lihan tuonti ja sen myynti. Haastateltavalla ei ole ollut kokemusta Suomen tuonnista Kuwaitiin.

Haastatteluista kaksi toteutettiin puhelimitse, yksi Skype -puhelun välityksellä ja yksi sähköpostitse. Jokainen puhelimitse haastateltu henkilö antoi luvan haastattelun äänittämiseen. Haastattelut sujuivat tyydyttävästi ilman häiriötekijöitä ja puhe-  
linhaastattelut kestivät noin 20-30 minuuttia ja Skype puhelu kesti noin 40-50 minuuttia. Osa haastateltavista halusi pysyä nimettömänä, jonka myötä tutkimuksen haastattelutulokset päätettiin käsitellä anonymisti. Kun vastaukset oli analysoitu ja purettu, äänitemateriaalit tuhottiin.

## 6 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa käydään läpi teemahaastatteluiden tulokset. Kunkin tutkittavana olleen luvun eli elintarvikkeiden vientiprosessi, Kuwait vienninkohdemaana, ja Kuwait suklaan markkina-alueena tulokset käydään läpi erikseen. Haastatteluiden tulokset käydään kunkin tutkittavan pääluvun osalta erikseen anonymisti, koska haastattelut toteutettiin anonymisti. Haastattelun osallistuneita kutsutaan *haastateltaviksi A, B, C ja D*. Haastattelutulokset kerrotaan tiivistettynä jokaisen tutkimuskysymyksen jälkeen.

### 6.1 Elintarvikkeiden vientiprosessi

Haastattelulomakkeen ensimmäisessä teemaosuudessa oli elintarvikkeiden vientiprosessi. Tämän tavoitteena oli lähteä selvittämään haastateltavien kokemusta sekä tietoisuutta elintarvikkeiden viennistä yleisesti, että Kuwaitin kanssa. Haastatteluissa etsittiin vastausta kysymykseen, onko elintarvikkeiden viennillä tulevaisuutta Kuwaitissa ja millaisiin ongelmiin yritykset voisivat kohdata Kuwaitin markkinoilla.

- **Tiedätkö, minkälaisia vientirajoituksia Kuwaitilla on? Tai millaisia uskot niiden olevan?**

*Haastateltavat A ja B* eivät osanneet sanoa Kuwaitiin liittyvistä rajoituksista paljoa, mutta molemmat nostivat esille Kuwaitin olevan muslimimaa ja yksi GCC maita, joilla on yhtenäiset vientioppaat. He tulkitsivat vientirajoituksiin kohdistuvan uskonnosta tulleita rajoituksia mikä on ns. sallittua ja luvallista. Koska Kuwait on muslimimaa, kohdistuu elintarvikkeisiin Halal-vaatimukset. *Haastateltava B* tiedossa ei kuitenkaan ollut, oliko Kuwait hyväksynyt vientioppaan, mutta he olivat kyseistä opasta tarjonneet yrityksille, jotka ovat olleet kiinnostuneita Kuwaitin viennistä. Taas *haastateltavat C ja D* kertoivat, että Kuwaitilla on paljon rajoituksia kohdistuen elintarvikkeisiin muun muassa sianlihan ja alkoholin vientiin tai niihin sisältäviin elintarvikkeisiin. Muina huomioitavana seikkana he kertoivat, että Kuwait ei hyväksy Israelista tulleita tuotteita eivätkä yrityksiä, jotka tekevät yhteistyötä heidän kanssaan.

”Kun ajatellaan vientirajoituksia elintarvikkeisiin, Kuwaitilla on niitä varmasti”

➤ **Minkälaisiin ongelmiin yritys saattaisi törmätä Kuwaitin kaupan viennissä?**

Haastateltavien mukaan suurin ongelma yrityksillä on tiedon puute. On hyvä tuntea markkinat eli tehdä markkinatutkimus ja kartoittaa mahdolliset kilpailijat. *Haastateltava A* nosti myös suurena ongelmana yrityksen jakelijoiden valinnasta, eli Kuwaitin päässä olevista maahantuojista. Luottamuksen luominen on tärkeää ja kuwaitilaisten tunteminen jopa henkilökohtaisesti on yleistä Lähi-Idässä. *Haastateltava B* nosti esille, ettei Suomi ole sopinut Kuwaitin kanssa virallisesti viennissä käytettävistä todistuksista, jolloin yrityksen tulee ennen vientiä varmistaa, kelpaako Suomesta saatu todistus pohja tai onko Kuwaitilla esimerkiksi vaatimuksia maa- tai laitoshyväksynnästä. *Haastateltava D* sanoi, että suurimmat ongelmat ovat juuri edellä mainitut rajoitukset. Toisena hän mainitsi elintarvikkeiden kuljetusmuodon tuottavan ongelmia.

*”Varmista että jakelija on juuri sinun yrityksellesi hyvä.”*

➤ **Millaisena näette suomalaisten elintarvikkeiden tulevaisuuden?**

Haastateltavat näkevät suomalaisilla elintarviketuotteilla paljon potentiaalia. *Haastateltava A* palasi edellisen kysymyksen vastaukseensa ja korosti ettei kannata tehdä jakelijoiden kanssa yksinoikeussopimusta, sillä muuten yritys voi juuttua kiinni tiettyyn jakelijaan, vaikka haluaisikin päättää sopimuksen. Vastaavanlaista tapahtuu paljon Lähi-Idässä. Taas *Haastateltava B:n* mukaan heille ei ole tullut kuin muutamia Kuwaitiin liittyviä kysymyksiä, mutta kuitenkin tilastojen mukaan Suomesta oli viety vuonna 2019 maitotuotteita Kuwaitiin n. 200 000€ arvosta ja sokeria/hunajaa n. 14 000€ arvosta. *Haastateltavat C ja D* kertoivat yleisellä tasolla suomalaisilla tuotteilla olevan hyvä maine Kuwaitissa muun muassa niiden laadun suhteen. He näkevät hyvän tulevaisuuden suomalaisille elintarvikkeille.

*”Paljon potentiaalia, kun he tuntevat markkinat”*

➤ **Kuinka paljon sinulla on kokemusta Kuwaitin tuonnista tai viennistä?**



*Haastateltavilla A ja B* ei ole ollut paljoa kokemusta Kuwaitin viennistä, mutta tietävät tilastollisesti mitä Suomesta on viety Kuwaitiin. *Haastateltava B* mukaan siipikarjanlihaa ei ole ainakaan viety, mutta jauhoja ja myllytuotteita on viety vuonna 2018 n. 11 000 € arvosta. *Haastateltavilla A ja B* oli enemmän kokemusta toisista Lähi-Idän maista kuin Kuwaitin, sillä Kuwaitin markkinat ovat pienemmät verrattuna muihin Lähi-Idän maihin verrattuna. *Haastateltavilla C ja D* on runsaasti kokemusta Kuwaitin tuonnista, sillä ovat työskennelleet alalla pitkään.

*”Ollakseni rehellinen, ei niin paljon kokemusta.”*

## 6.2 Kuwait viennin kohdemaana

Haastattelulomakkeen toisessa teemaosuudessa kyseessä oli Kuwait viennin kohdemaana. Tässä osuudessa tavoitteena oli saada haastateltavien omia kokemuksia ja neuvoja Kuwaitin mahdollisuuksista viennin aloittamiselle sekä millainen mielikuva heille on Kuwaitista yleisesti.

### ➤ Miten kuvailisitte Kuwaitia viennin kohdemaana?

*Haastattelijoiden A ja B* mukaan Kuwaitin kansa on varakasta, mutta markkinat ovat pienet verrattuna muihin Lähi-Idän maihin. Kummallakaan ei ollut niin paljon tietoa Kuwaitin vaatimuksista mutta *haastateltava B* mainitsi hyvin ” Ei ole myöskään syytä olettaa, että sinne olisi erityisen vaikeaa viedä”. *Haastateltava C ja D* kertoivat Kuwaitin olevan erinomainen viennin kohdemaana, sillä he vievät maasta enimmäkseen vain öljyä ja tuovat melkein kaikkea.

”Kuwaitilaiset ovat kuluttajia eivät valmistajia”

### ➤ Onko Arabian kieli mielestänne tärkeä valttikortti viennin onnistumisessa?

Suurin osa haastateltavista kertoi arabian kielen olevan osittain tärkeää mutta osittain ei. Kuitenkin tuotteiden etiketit täytyvät olla arabian kielellä. *Haastateltava A* ei osannut sanoa ollenkaan onko arabian kieli tärkeää. *Haastateltava C ja D* mu-

kaan taas arabian kieli ei ole pakollinen, sillä kaikki puhuvat englantia liike-elämässä. Arabian kieli kuitenkin katsotaan eduksi.

” Uskon että osittain tärkeä”

- **Minkälainen käsitys teillä on suomalaisten tuotteiden imagosta Kuwaitissa?**

Kummallakaan *haastateltavista A ja B* ei ollut käsitystä suomalaisten tuotteiden imagosta Kuwaitissa. Toinen osasi vain sanoa, että Saudi-Arabiassa myydään Fazeria lentokentillä, ja Ikeassa. *Haastateltava C ja D* kertoivat suomalaisilla tuotteilla olevan hyvä imago Kuwaitissa, sillä he tietävät suomalaisten tuotteiden laadun. Näkevät suomalaiset tuotteet korkealaatuisena sekä niitä kunnioitetaan.

*”Kun etiketissä lukee made in Finland antaa se hyvän vaikutuksen kuluttajille”*

- **Näettekö Kuwaitin kysynnän kannattavana viennin aloittamiselle?**

Haastateltavien mielestä kysyntää löytyy riippuen tuotteesta. *Haastateltava A* ei osannut vastata tähän aiheeseen mitään. *Haastateltava C ja D* mukaan Kuwaitissa on kysyntää paljon, sillä se on yksi GCC maista. Niin kuin jo mainittiinkin kuwaitilaiset tuovat melkein kaikkea, mutta kuitenkin tämäkin voi riippua paljon tuotteesta.

### **6.3 Kuwait markkina-alueena suklaalle**

Viimeisessä teemaosuudessa keskityttiin suklaan markkinoihin Kuwaitissa. Haastateltavilta kysyttiin heidän käsityksiänsä, että tietämyksiä suklaan viennistä Kuwaitiin.

- **Tiedätkö, onko Kuwaitissa hyvät markkinat suklaan viennille? Tai uskotko olevan?**

Haastateltavat yleistivät, että Lähi-idän ihmiset ovat suklaan ystäviä. *Haastateltavat C ja D* olivat erittäin varmoja, että suklaalla on hyvät markkinat Kuwaitissa, sillä kuwaitilaiset rakastavat suklaata.

*”Totta kai on”*

➤ **Onko Premium-suklaan merkitys suuri Kuwaitissa?**

*Haastateltavat A ja B* eivät kumpikaan tiennyt Premium-suklaan merkityksestä Kuwaitissa, mutta *B* mielestä Premium-suklaalla on rajallinen merkitys. Haastateltavien *C* ja *D* mukaan Premium-suklaa on nykypäivänä Kuwaitissa trendi. Jopa uusia liikkeitä on avattu vain Premium-suklaiden myynnille.

*”Ihmiset ovat uteliaita korkealaatuisista suklaista ja jopa etsivät niitä”*

➤ **Mitä haittoja suomalaisilla valmistajilla voi olla ulkomaisiin kilpailijoihin nähden?**

Haastateltavien mukaan on erittäin vaikeaa rakentaa tuotemerkki niin kilpailullisessa ympäristössä kuin Kuwaitissa varsinkin, jos yritys on pieni ja sillä ei ole paljon merkittävää markkina-asemaa maailmassa. *Haastateltava A* ei osannut sanoa myöskään tähän mitään omaa kantaa. *Haastateltava C* mukaan hinta ja laatu ovat suurimmat ongelmat mitä yritys voi kohdata Kuwaitissa. Liian korkea hinta muihin verrattuna tai laatu ei vastaa hintaa ovat muita mahdollisia haittoja. *Haastateltava D* mainitsi myös paketoinnin olevan tärkeää, sillä sen täytyy olla houkutteleva ja näyttää korkealaatuiselta.

*”Tarvitsee paljon markkinointia saavuttaakseen hyvän aseman suuriin*

*kilpailijoihin nähden”*

## 7 TUTKIMUKSEN JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen johtopäätökset, jotka on tehty teorisuuden ja haastatteluiden pohjalta. Luvun lopuksi käydään läpi tutkimuksen luotettavuudesta sekä toimeksiantajan saamasta hyödystä.

### 7.1 Keskeisimmät johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli saada selville millaisia haasteita ja mahdollisuuksia suomalaisilla elintarvikkeilla on Kuwaitin markkinoilla eli tutkin suomalaisten elintarvikkeiden vientiprosessin mahdollisuuksista Kuwaitiin sekä millaisiin ongelmiä suomalaiset yritykset voisivat kohdata. Tavoitteena oli saada vastaus tutkimusongelmaan ”Mitä yrityksen täytyy ottaa huomioon vietäessä Premium-suklaata Kuwaitiin?”. Tutkimuksessa tutkittiin elintarvikkeiden vientiprosessia, Kuwaitia vienninkohdemaana sekä Kuwait markkina-alueena suklaalle.

Tutkimustuloksien perusteella voidaan todeta, että Kuwaitiin viennistä on vielä todella vähäistä tietoa, sillä vientiä Kuwaitiin Suomesta ei ole huomattavaa verrattuna muihin maihin. Haastatteluista kävi ilmi, että haasteita tuotteiden viennistä Kuwaitiin tuo maan vähäinen tiedon puute markkinoista sekä lainsäädännöstä. Lakien, sääntöjen ja kulttuurin tunteminen on tärkeää yritykselle. Kuten teoriaosuudessa mainittiin elintarvikkeet, jotka sisältävät lihaa vaativat uskonnollista teurastusta koskevia asianmukaisia vaatimuksia. Koska Kuwait on islamilainen maa siihen, kohdistuu uskonnollisia vaatimuksia ja kriteerejä, jotka täytyy ottaa huomioon varsinkin elintarvikkeita vietäessä. Myös haastatteluista kävi ilmi, että tuotteet täytyvät olla Halal-tuotteita eli teurastettu oikealla tavalla, ja ne eivät saa sisältää sianlihaa. Kuwaitissa ollaan tarkkoja asiakirjojen kanssa, kun kyseessä on elintarvikkeet, joka voi vaikeuttaa ja hidastaa vientiprosessia.

Tutkimuksessa nousi esiin myös tapakulttuurilliset erot liiketoiminnassa ja kuluttajakäyttäytymisessä. Tapakulttuurin tuntemus on tärkeää Kuwaitissa, sillä sen avulla voi saada hyviä liiketoimintasuhteita. Paikallisen liikekumppanin rooli on tärkeä, kun mietitään jakelukanavia tuotteille Kuwaitissa. Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että liikekumppanin valitseminen ja se millaisen sopimuksen heidän

kanssaan sopii, on erittäin tärkeää. On valittava tarkasti potentiaaliset kuluttajat ja missä haluaa tuotteitansa myyvän. Kun mietitään vientiä Kuwaitiin, olisi hyvä hankkia paikallinen jakelija Kuwaitissa, joka tuntee tapakulttuurin sekä markkinat paremmin, kuin viejä itse.

Yllättävää oli, ettei arabian kieli ollutkaan suuri valttikortti Kuwaitissa, sillä kaikki puhuvat liike-elämässä englantia. Kuitenkin arabian kielen osaaminen voi olla hyödyksi, joten sen osaaminen on osittain tärkeää. Tietyt asiakirjat täytyy laatia kuitenkin arabiaksi, mutta liikesuhteiden luomiseksi ei tarvitse arabian kielen taitoa.

Kuwaitissa luksussuklaa merkitys on nousussa, sillä sitä katsotaan trendinä. Kuwaitin kansa on varakasta ja sillä on varaa luksussuklaaseen. Suklaa on iso osa kuwaitilaisten jokapäiväistä elämää. Suklaavalmisteet kohdistuvat eniten nuorempiin kuluttajiin, jotka ovat avoimempia uusille innovaatioille. Varsinkin tumma suklaa on nuorten sekä terveystietoisien ihmisten keskuudessa suosittua. Huomatavana riskinä on kuitenkin suuret kilpailijat Kuwaitin markkinoilla, joiden ohella on haasteellista kilpailla.

Tutkimustuloksia voidaan päätellä, että suomalaisilla elintarvikealan yrityksillä on potentiaalia Kuwaitin markkinoilla. Kuwaitilaiset pitävät suomalaisia tuotteita laadukkaina ja pitkäkestoisina tuotteina. Menestyminen Kuwaitiin viennistä vaatii paljon markkinatutkimusta, hyvää vientituotetta ja hyviä liiketoimintasuhteita. Koska kyseessä on elintarvikkeet, kohdistuu niihin paljon rajoituksia ja edellytyksiä, jotka voivat olla esteenä viennin aloittamiselle. Kuwait markkina-alueena ei ole erityisen suuri muttei myöskään pieni, joten yritykset ympäri maailmaa pyrkivät markkinalle. On selvää, että Kuwaitissa suklaa menestyy mutta haasteena yrityksille tulee olemaan kova kilpailu markkinoilla. Yrityksen täytyy erottautua joukosta, jotta saa kuluttajat kiinnostumaan tuotteista.

## **7.2 SWOT-analyysi**

SWOT-analyysi on yksi tunnetuimpia ja suosituimpia liiketoiminnan analysointimenetelmiä, jota myös käytetään oppimisen tai ongelmien arvioinnissa, tunnista-

misessa sekä kehittämisessä. Analyysin avulla yritys voi tarkastella yhtä aikaa sekä yrityksen ulkopuolisia voimia, että yrityksen sisäisiä tekijöitä. Analyysi ohjaa yrityksen kohdistamaan huomion oikeisiin asioihin. SWOT-analyysi tulee englanninkielisistä sanoista strenghts (vahvuudet) ja weaknesses (heikkoudet) ja opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). (Vahvaselkä 2009, 91, 113)

Lopuksi tuloksista laadittiin SWOT-analyysi havaitsemaan strategisesti tärkeitä asioita tämän tutkimuksen tutkimustuloksista, joita kannattaa ottaa huomioon suklaan viennistä Kuwaitiin, jotta toimeksiantajayritys voi hyödyntää analyysin tietoja. Seuraavassa kuviossa on esitettyä tutkimuksesta tehty SWOT-analyysi (Kuvio 4).

	<b>VAHVUUDET</b>	<b>HEIKKOUEDET</b>
<b>SISÄINEN YMPÄRISTÖ</b>	<p>Suklaan (erityisesti tumman) ja terveellisen makeisen kulutus on kasvussa</p> <p>EU:n tuotteilla on hyvä maine Kuwaitissa</p>	<p>Kulutus henkeä kohti on edelleen erittäin alhainen verrattuna länsimaihin</p> <p>Alkoholia ja "haram" tuotteiden myyntiä ja kulutusta on rajoitettu</p>
<b>ULKOINEN YMPÄRISÖ</b>	<p>Orgaaniset ja vähän sokeria sisältävät tuotteet ovat kasvussa terveystietoisien kuluttajien keskuudessa</p> <p>Ylellisyyssegmentti nousee korkeampituloisten asiakkaiden vetämänä</p>	<p>Suuret kansainväliset yrityksen hallitsevat markkinoita</p> <p>GCC-maat ostavat suklaata ja makeisia useista eri maista</p>
	<b>MAHDOLLISUUDET</b>	<b>UHAT</b>

#### **Kuvio 4.** Tutkimuksen SWOT-analyysi.

Jokaisessa osassa SWOT-taulukkoa on johtopäätökseni tutkimuksen tuloksista. Sisäisiin vahvuuksiin asetin terveellisten makeisten kulutuksen kasvun. Etenkin tumman suklaan merkitys on nousussa Kuwaitissa, joten näen sen vahvuutena suklaan viennille. EU:n tuotteilla on erittäin hyvä ja kunnioitettu maine Kuwaitissa, joka voidaan luokitella vahvuutena. Vahvuuksiin tutkimustuloksista kävi myös ilmi suomalaisten tuotteidenlaadun hyvä maine. Persianlahden yhteisneuvostoon (GCC- maihin) kuulumisen on myös vahvistava vahvuus, sillä GCC-maat toimivat yhdessä sekä yhtenäisillä sopimuksilla.

Sisäisiin heikkouksiin taas asetin kulutuksen henkilöä kohden olevan paljon alhaisempi verrattuna länsimaihin. Kuwaitilaiset ovat erittäin perhekeskeisiä, jolloin kulutus jakautuu koko perheelle. Myös alkoholin ja haram-tuotteiden myyntiä on rajoitettu, joka voi vaikuttaa suklaan vientiin. Haram-tuotteisiin luokitellaan kaikki, joka on kiellettyä Islamin uskonnossa. Haram on arabiankielinen sana, joka

tarkoittaa sananmukaisesti ”kielletty”. Näitä ovat muun muassa sianliha tai siitä valmistettuja tuotteita, kuten liivatteen.

Ulkoisiin mahdollisuuksiin suklaan viennin osalta lukeutuu terveellisen suklaan kulutuksen nousu sekä Premium-suklaan eli ylellisyysuklaan nouseva kysyntä korkeatuloisten keskuudessa. Sokeriton, gluteeniton, vähärasvainen, ja orgaaninen suklaa ovat kaikki kysytyjä. Kuwaitilaiset hakevat ja jopa etsivät luksustason suklaita, sillä pitävät kalliita suklaita edullisena ylellisyytenä.

Ulkoisiin uhkiin taas luokittelisin suuret kansainväliset yritykset suklaan myynnissä, sillä heillä on jo erittäin vahva markkina-asema Kuwaitissa. GCC-maat ostavat paljon suklaata ja makeisia yrityksiltä, joilla on vahvat markkinallinen asema muissakin maissa.

### **7.3 Tutkimuksen luotettavuus**

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden avulla. On hyvä pohtia aineiston validiteettia eli onko tutkimuksessa tutkittu sitä mitä tutkimuskysymys esittää tutkittavaksi. Myös on tärkeää tutkia tutkimuksen reliabiliteettia eli tutkimustulosten toistettavuutta. Sisäinen johdonmukaisuus on tärkeää, kun tutkimusta tarkastellaan kokonaisuutena. Luotettavuuden arvioinnissa on hyvä miettiä mitä on tutkimassa ja minkä vuoksi. Kuitenkin jopa nämä käsitteet eivät aina yksin riitä laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin. On useita muitakin käsitteitä, joiden avulla voi pohtia ja arvioida laadullisen tutkimuksen luotettavuutta. Näitä ovat mm. uskottavuus, vastaavuus, siirrettävyys, ja puolueettomuus ja näitä usein käytetään validiteetin ja reliabiliteetin lisäksi. (Tuomi ja Sarajärvi 2011, 135 – 139,140)

Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä mitä tutkimuksen on tarkoitus mitata eli tutkimuksen kokonaisuuden pätevyyttä eli onko käytetty oikeaa tutkimusmenetelmää. Validiteetin avulla mitataan miten haastatteluista saatujen tietojen ja haastattelukysymysten sisältö liittyy tutkittavaan aiheeseen. Validiteetin arviointi kohdistuuakin huomionsa kysymykseen, kuinka hyvin tutkimusmenetelmä ja siinä käytetyt mittarit vastaavat tutkimusta, jota halu-



taan tutkia. Esimerkiksi haastatteluja tehdessä saattavat vastaajat ymmärtää osan kysymyksistä väärin, mutta tutkija käsittelee tutkimustuloksen kuitenkin oman ajatusmallinsa mukaisesti. Tällöin tutkimustuloksia ei voida pitää todenmukaisina ja pätevinä. (Hirsijärvi ym. 2009, 231–232)

Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Tällä tarkoitetaan sitä, että tutkimustulokset eivät ole sattumanvaraisia. Reliabelius voidaan todeta silloin, kun kaksi arvioijaa päätyy samaan tulokseen tai jos useamman keran saadaan sama tulos. Tällöin tulokset voidaan todeta reliabeleiksi. (Hirsijärvi ym. 2009, 231)

Tätä tutkimusta voidaan pitää luotettavana, sillä teoriaosuuteen on käytetty monia lähteitä, jotka sisältävät laajasti tietoa. Monissa lähteissä oli samankaltaista tietoa, joka voidaan luokitella luotettavaksi. Haastattelukysymyksillä pyrittiin saamaan vastaukset tutkimuskysymyksiin. Kaikki haastateltavat ovat oman alansa ammattilaisia, ja osalla oli kokemusta tutkittavasta aiheesta enemmän kuin taas toisilla, mikä lisää myös tutkimuksen luotettavuutta. Koen tutkimukseni validiteetin toteutuvan, sillä tutkimuskysymykset ja teoriaosuus tukevat toisiansa ja haastatteluissa ei ollut epäselvyyksiä. Haastattelulomakkeen avulla pyrittiin samaan vastaukset tutkimuskysymykseen. Tutkimukseen olisi kuitenkin voinut saada vielä laajempaa näkökulmaa haastatteleamalla useampaa ammattilaista tai yritystä, mutta tällöin tutkimuksen tuloksista olisi voinut tulla liian moniulotteisia. Saturaatio olisi voinut olla myös mahdollinen, mikäli tutkimukseen olisi otettu enemmän haastateltavia. Saturaatio tarkoittaa tutkimuksen aineison riittävyttä, kun tutkimusongelman kannalta ei tule enää uutta tietoa aineiston avulla eli tulokset rupeavat toistamaan itseään.

#### **7.4 Hyöty toimeksiantajalle**

Tutkimus auttaa toimeksiantajaa ymmärtämään Kuwaitin tapakulttuuria sekä edellytyksiä elintarvikkeiden viennille. Toimeksiantaja tulee hyötymään tutkimuksen tutkimustuloksista ja niiden pohjalta tehdyistä johtopäätöksistä. Toimeksiantaja tulee myös hyötymään saaduista tiedoista vientiprosessin aloittamiselle sekä siihen mitä siihen vaaditaan. Tutkimuksen myötä toimeksiantajayritys pystyy kar-

toittamaan itselleen, onko Kuwait potentiaalinen vienninkohde. Toimeksiantajayritys olisi toivonut saavansa enemmän tietoa haastatteluilla, sillä haastattelutulosista kävi ilmi tiedon puute. Suomesta ei viedä tänä päivänä paljon elintarvikkeita Kuwaitiin, joka voi vaikuttaa tiedon puutteeseen. Toimeksiantajayritys näkee opinnäytetyölle mahdollisia jatkotutkimuksia, sillä tämän opinnäytetyön myötä avautui kiinnostus tietää enemmän Kuwaitin vientiprosessin mahdollisuuksista.

Tämän opinnäytetyön myötä toimeksiantaja tietää mitä vaaditaan elintarvikkeiden viemiselle sekä mihin heidän täytyy asettaa huomionsa, kun vievät suklaata Kuwaitiin. Vähäinen tiedon puute markkinoista voi olla riski, mutta tämän opinnäytetyöpohjalta yrityksellä on valmis pohja sille, onko Kuwaitilla markkinarakoa luksustason suklaalle ja onko se kannattavaa heille.

## **7.5 Jatkotutkimusehdotukset**

Jatkotutkimuksena voisi tutkia kyseistä vientiprosessia keskittyen eri kuljetusmuotoihin tai tuotteiden jakelukanaviin kohdemaassa. Aihetta on tutkittu nyt yleisellä tasolla keskittyen elintarvikkeisiin, joten siitä saisi monia jatkotutkimusideoita liiketalouden opiskelijoille. Toisena jatkotutkimuksena voisi olla vientimenetelyjen tutkiminen tarkasti valittuun vientituotteeseen keskittyen sen etenemisestä Suomesta Kuwaitiin. Tutkimustuloksista kävi ilmi vähäinen tiedon puute elintarvikkeiden viennistä Kuwaitiin, jonka myötä voisi saada hyvän jatkotutkimusidean tutkia suomalaista yritystä, joka jo vie elintarvikkeita Kuwaitiin. Tässä tutkimuksessa haastateltiin elintarvikkeiden viennin asiantuntijoita eikä varsinaisesti suomalaista yritystä, joka veisi elintarvikkeita Kuwaitiin.

## 8 LÄHTEET

Australian Trade and Investment Commission. 2020. Export markets – Kuwait. Viitattu. 24.01.2020. <https://www.austrade.gov.au/Australian/Export/Export-markets/Countries/Kuwait/Doing-business/Tariffs-and-regulations>

Avoimen yliopiston Koppa. 2020. Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot. Viitattu 17.04.2020. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/kirjasto/kirjastotuutori/aihehaku-tutkimusprosessissa/menetelmatietoa-ja-palveluja>

Central intelligence agency. 2019. middle east. Kuwait. Viitattu 14.12.2019. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ku.html>

Chocolate Class. 2018. Chocolate Production in the GCC. Viitattu 01.03.2020. <https://chocolateclass.wordpress.com/tag/kuwait/>

Communicaid. 2020. Country Kuwait. Viitattu 30.01.2020. <https://www.communicaid.com/country/kuwait/>

Elintarvikeliitto. 2019. Vienti. Viitattu 15.02.2020. <https://www.etl.fi/elintarviketeollisuus/vienti.html>

European Commission. 2020. Marked Access database. Kuwait. Viitattu 22.02.2020. [https://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewIFpubli.htm?countries=KW&hscode=1806https://www.valvira.fi/documents/14444/10089857/Elintarvikkeiden\\_vienti\\_Ruokavirasto+.pdf/0f023520-9bac-249d-5e9c-2aa56a1a7a8d?t=1574070446693](https://madb.europa.eu/madb/datasetPreviewIFpubli.htm?countries=KW&hscode=1806https://www.valvira.fi/documents/14444/10089857/Elintarvikkeiden_vienti_Ruokavirasto+.pdf/0f023520-9bac-249d-5e9c-2aa56a1a7a8d?t=1574070446693)

European Commission. 2018. The Food and Beverage Market Entry Handbook: United Arab Emirates. Viitattu 20.03.2020. <https://ec.europa.eu/chafea/agri/content/food-and-beverage-market-entry-handbook-united-arab-emirates>.

Expat Arrivals. 2019. Doing business in Kuwait. Viitattu 06.02.2020. <https://www.expatarrrivals.com/middle-east/kuwait/doing-business-kuwait>

- Exportiamo. 2016. Doing business in Kuwait. Viitattu 16.01.2020.  
<https://www.exportiamo.it/aree-tematiche/12939/doing-business-in-kuwait-advantages-and-disadvantages/>
- Globalis. 2015. maat. kuwait. Viitattu 14.12.2019.  
<https://www.globalis.fi/Maat/Kuwait>
- Gov.uk. 2015. Exporting to Kuwait. Viitattu 24.01.2020.  
<https://www.gov.uk/government/publications/exporting-to-kuwait/exporting-to-kuwait>
- Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2012. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi 2009. Viitattu 30.03.2020.
- Hollo, E. J. 2008. Elintarvikeoikeus: Johdatus elintarvikesäätelyn perusteisiin. Helsinki: Edita Prima Oy. Viitattu 15.01.2020.
- Kananen, J. 2011. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino. Viitattu 30.03.2020.
- Kuwait General Administration of Customs. 2020. KGAC Regulations. Viitattu 17.03.2020. <https://www.customs.gov.kw/CustomsProcedures/KGACRegulations>
- Käri-Zein, P. 2003. Bisneskohteena Arabimaat. Helsinki: Multiprint Oy. Viitattu 29.02.2020.
- Mikluha, A. 2000. Lahjat ja liikelahjat eri maissa. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy. Viitattu 29.02.2020.
- Ruokavirasto. 2019. Helsinki. Elintarvikkeiden vienti. Viitattu 24.01.2020.  
[https://www.valvira.fi/documents/14444/10089857/Elintarvikkeiden\\_vienti\\_Ruokavirasto+.pdf/0f023520-9bac-249d-5e9c-2aa56a1a7a8d?t=1574070446693](https://www.valvira.fi/documents/14444/10089857/Elintarvikkeiden_vienti_Ruokavirasto+.pdf/0f023520-9bac-249d-5e9c-2aa56a1a7a8d?t=1574070446693)
- Ruokavirasto. 2020. Helsinki. Muuntogeeniset elintarvikkeet. Viitattu 17.03.2020.  
<https://www.ruokavirasto.fi/henkiloasiakkaat/tietoa-elintarvikkeista/muuntogeeniset-elintarvikkeet/>

Ruokavirasto. 2020. Voimassa olevat vientirajoitukset. Viitattu 20.03.2020.

<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/tuonti-ja-vienti/vienti-eun-ulkopuolelle/vientirajoitukset/>

Suomen suurlähetystö. Kuwait. Kahdenväliset suhteet. Viitattu 13.01.2020.

<https://finlandabroad.fi/web/kwt/kahdenvaliset-suhteet>

Taiga Chocolate oy. 2020. Viitattu 01.12.2019. <https://taigachocolate.com/>

The Agricultural Trade Office of the USDA. 2003. Dubai. Kuwait Food and Agricultural Import Regulations and Standards. Viitattu 24.01.2020.

The International Trade Administration. 2018. Kuwait - Import Requirements and Documentation. Viitattu 23.01.2020.

<https://www.export.gov/apex/article2?id=Kuwait-Import-Requirements-and-Documentation>

The Observatory of Economic Complexity. 2017. Viitattu 16.12.2019.

<https://oec.world/en/profile/country/kwt/>

Tieteen termipankki. 2018. Elintarvike. Viitattu 05.11.2019.

<http://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:elintarvike>

TrendEconomy. 2019. Annual International Trade Statistics by Country. Viitattu 01.03.2020. <https://trendeconomy.com/data/h2/Kuwait/1806>.

Tulli. 2019. Vientirajoitukset. Viitattu 20.03.2020.

<https://tulli.fi/yritysassiakkaat/vienti/vientirajoitukset>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. Viitattu 31.03.2020

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. 2019. Toimialaraportit. Elintarviketeollisuus. Viitattu 15.02.2019.

[https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161910/TEM\\_2019\\_61.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161910/TEM_2019_61.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Uber Eats. 2018. 10 Middle Eastern desserts that will make your mouth water. Viitattu 02.02.2020. <https://www.ubereats.com/blog/en-CA/middle-eastern-desserts/>

Vahvaselkä, I. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy. Viitattu 17.04.2020.

Worldmeters. 2019. Kuwait population. Viitattu 14.12.2019. <https://www.worldometers.info/world-population/kuwait-population/>

World Trade Organization. 2020. About WFO. Viitattu 15.01.2020. [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/thewto\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/thewto_e.htm)

**LIITE 1. Haastattelulomake (suomeksi)****TAUSTAKYSYMYKSET:**

1. Nimi
2. Yritys
3. Asema yrityksessä
4. Oletko työskennellyt elintarvikkeiden viennin kanssa? Tai Kuwaitin kanssa?

**1. Elintarvikkeiden vientiprosessi**

- a. Tiedätkö, minkälaisia vientirajoituksia Kuwaitilla on? Tai millaisia uskot niiden olevan?
- b. Minkälaisiin ongelmiin yritys saattaisi törmätä Kuwaitin kaupan viennissä?
- c. Millaisena näette suomalaisten elintarvikkeiden tulevaisuuden?
- d. Kuinka paljon sinulla on kokemusta Kuwaitin tuonnista tai viennistä?

**2. Kuwait viennin kohdemaana**

- a. Miten kuvailisitte Kuwaitia viennin kohdemaana?
- b. Onko Arabian kieli mielestänne tärkeä valttikortti viennin onnistumisessa?
- c. Minkälainen käsitys teillä on suomalaisten tuotteiden imagosta Kuwaitissa?
- d. Näettekö Kuwaitin kysynnän kannattavana viennin aloittamiselle?

**3. Kuwait suklaan markkina-alueena**

- a. Tiedätkö, onko Kuwaitissa hyvät markkinat suklaan viennille? Tai uskotko olevan?
- b. Onko Premium-suklaan merkitys suuri Kuwaitissa?
- c. Mitä haittoja suomalaisilla valmistajilla voi olla ulkomaisiin kilpailijoihin nähden?

**LIITE 2. Haastattelulomake (englanniksi)****BACKGROUND QUESTIONS:**

1. Name
2. Company
3. Position in the company
4. May I use your name and the name of your organization in my thesis

**1. Food export process**

- a. Do you believe that Kuwait has major export restrictions?
- b. What kind of problems can a company encounter in Kuwait trade exports?
- c. How much experience do you have on Kuwait imports / exports?

**2. Kuwait as a destination for exports**

- a. How would you describe Kuwait as a destination for exports?
- b. Do you think that the Arabic language is important when doing business with Kuwait?
- c. What is your perception of the image of Finnish products in Kuwait?
- d. Do you see demand in Kuwait for starting exports?

**3. Kuwait as a market for chocolate**

- a. Do you think chocolate has a good market in Kuwait?
- b. Do you think Premium Chocolate is important in Kuwait?
- c. What disadvantages can Finnish manufacturers have over their foreign competitors?