

Coffee and building relationships in Middle East

Abu Dhabi recently hosted a seminar on the sideline of a conference organized by INSEAD with the participation of students for the Business Management Master's program, and a number of UAE's CEOs. The participants stressed that the investment in the long-term relations, is considered to be a key factor for the success of business in the Gulf states.

Published on:	18/06/2014	Name:	Arab Economy
Section:	General	Country:	Pan Arab
Page:	1, 22, 23	Circulation:	24000
Size:	100, 100, 100	Frequency:	Monthly
Ad Value:	\$18,000.00		





22

«القهوة» وبناء العلاقات في الشرق الأوسط

أندرو شيبيلوف: لا يمكن ربط عملية التعرف على شركاء الأعمال المحتملين في منطقة الشرق الأوسط في إطار المعاملات الاجتماعية فحسب، إذ من الضروري اعتبارها جزءاً لا يتجزأ من آليات اتخاذ القرار.

«القهوة» وبناء العلاقات في الشرق الأوسط



أندرو شيبيلوف*

لا يمكن ربط عملية التعرف على شركاء الأعمال المحتملين في منطقة الشرق الأوسط في إطار المعاملات الاجتماعية فحسب، إذ من الضروري اعتبارها جزءاً لا يتجزأ من آليات اتخاذ القرار، كما أنها تساعد القادمين الجدد إلى المنطقة على استكشاف العالم المعقد للتقاليد والممارسات الاجتماعية التي تؤثر على العلاقة بين العملاء والموردين، أو بين الشركة وعملائها.



”

الاستثمار في العلاقات طويلة الأمد عامل أساسي لنجاح الأعمال في دول الخليج العربي

”

طرح أحد المشاركين سؤالاً على المتحدثين في الندوة قائلاً: ما عدد أكواب القهوة الذي يتطلبه إتمام أي صفقة في الشرق الأوسط؟!

المتخصصة في مجال المنتجات الفاخرة، رفضت العديد من العروض التي قدمتها شركات أجنبية لأنها لم تظهر التزاماً بالبقاء في المنطقة على المدى الطويل، مما يعكس رغبة الشركة في التخلي عن عقود مغرية والأرباح قصيرة الأجل لأنها تفضل التعاون طويل الأمد.

بناء الثقة الشخصية أولاً

وأشار المتحدثون في الندوة إلى أن الشركات القادمة من شمال أوروبا، وخاصة الألمانية والاسكندنافية، هي الأكثر إهمالاً لجانب التعارف الاجتماعي عند دخولها إلى أسواق المنطقة، حيث عادة ما تتجه مباشرة لعقد الصفقات ولا ترغب في الاستثمار ببناء علاقات طويلة الأمد، لكن وعلى الجانب الآخر، تدرج شركات أوروبا الجنوبية، وخاصة الإيطالية واليونانية منها، الجانب الاجتماعي للمجتمع العربي وضرورة بناء علاقات وروابط تستمر طويلاً، وهنا يجب الإشارة إلى أن عملية اتخاذ القرار لدى رجل الأعمال الإماراتي ليست بطيئة، فحال اكتمال ثقته بالطرف الآخر، يبادر باتخاذ القرار بشكل سريع وفعال ويساهم في فتح المجال أمام العديد من الفرص في المنطقة.

وقد تختلف ممارسات التعارف الاجتماعي بين مدينة وأخرى ضمن الدولة الواحدة، وقد تفرض مدينة دون أخرى الاستثمار أكثر في بناء العلاقات قبل أنجاز الأعمال، ويتطلب ذلك وقتاً وجهداً إضافياً وربما المزيد من القهوة.

إن الإلمام الكامل بالعادات الاجتماعية لدى المجتمع المحلي عملية تتطلب المزيد من الوقت والتركيز والانفتاح، وبما أن رجال الأعمال في المنطقة يتمتع بخبرة واسعة في فهم الطبائع الاجتماعية والشخصية في عالم التجارة، سواء كان ذلك لدى الموردين أو العملاء أو حتى لدى المنافسين، يمكن لهم تقديم النصائح حول مميزات وخصائص مجتمع التجارة المحلي والممارسات الاجتماعية ضمنه، مما يساعد القادمين الجدد من المستثمرين ورجال الأعمال الأجانب على تكوين فكرة شاملة عن هذه الجوانب الحيوية، لذا من الضروري عدم إهمال عوامل التعارف الاجتماعي والاتجاه مباشرة لعقد الصفقات.

وفي ضوء هذه المعطيات، فإن شرب القهوة مع تناول بعض الحلويات العربية اللذيذة، تتكامل مع الحوارات الفكرية المفيدة مع الشركاء والتجار لتكوين أرضية مثلى للتعاون وتطوير الأعمال.

خلال ندوة حوارية ضمن مؤتمر نظمته كلية إنسياد مؤخراً في أبوظبي، تم طرح العديد من التساؤلات، ومن ضمنها: كيف يمكن بناء وتطوير علاقات الأعمال في المنطقة؟ وهل هناك اختلاف في آليات التعارف الاجتماعي بين دبي وأبوظبي؟

شارك في الندوة طلاب برنامج ماجستير إدارة الأعمال في إنسياد بالإضافة إلى نخبة من التنفيذيين ورجال الأعمال من الإمارات، على غرار مشعل كانو، نائب رئيس مجلس إدارة مجموعة كانو، وغاري تشابمان، رئيس مجموعة الخدمات ودنانا في مجموعة الإمارات، ونكولاس كليتون، الرئيس التنفيذي لمجموعة جميرا، إلى جانب منصور حجار، مدير عام مجموعة شلهوب، وروبن ميلز، مدير الاستشارات في شركة منار للطاقة، وهسطنطين سلامة، الرئيس التنفيذي لمجموعة الفرير.

كم تحتاج الصفقة من أكواب القهوة؟؟؟

بالرغم من أهمية بناء العلاقات والتعارف الاجتماعي بين العملاء والموردين والمنافسين على المستوى العملي، تكسب هذه الممارسات أهمية أكبر في منطقة الشرق الأوسط، إذ عادة ما يتطلع رجال الأعمال المحليون للتعرف أكثر على الطرف الآخر للصفقة، وفهمهم بشكل كأفراد قبل إتمام الصفقة.

طرح أحد المشاركين سؤالاً على المتحدثين في الندوة قائلاً: «ما عدد أكواب القهوة الذي يتطلبه إتمام أي صفقة في الشرق الأوسط؟ فكان الرد المباشر: «مهما كان العدد كبيراً فهي أساسية للأعمال في هذا الجزء من العالم».

العلاقة الطويلة الأجل

عادة ما تتطلع الشركات المحلية في المنطقة بحماس للعمل مع نظيراتها الغربية، لكن من الضروري أن يفهم رجال الأعمال الأجانب رغبة نظرائهم الإماراتيين في التعرف على شخصية شركائهم وفهم دوافعهم لإتمام أي صفقة، فبعض الشركات الغربية تحاول الدخول إلى أسواق المنطقة بهدف تحقيق أرباح سريعة على المدى القصير ومن ثم الخروج، وهذه الفئة تحديداً من الشركات هي من يتجنبها رجال الأعمال العرب.

بالنسبة لمجتمع الأعمال الإماراتي، فإن الاستثمار في العلاقات على المدى الطويل عامل أساسي لنجاح الأعمال، ولت أحد المتحدثين في الندوة إلى أن شركته

* استاذ مساعد للاستراتيجية في كلية
إنسياد لإدارة الأعمال