

مذاکرات بین‌المللی

در

چین و هند

مذاکره غزل‌های کسب و کار در حال ظهور

میراث:

راجش کوه

ورنورم

ترجمه

دکتر حسین نوروزی

عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی

پگاه عسگرپور

سرشناسه	کومار، راجش، ۱۹۵۴ - Kumar, Rajesh
عنوان و نام‌پدیدآور	مذاکرات بین‌المللی در چین و هند: مقایسه غولهای کسب و کار در حال حاضر / مولفان راجش کومار، ورنر ورم؛ ترجمه حسین نوروزی، پگاه عسگریور.
مشخصات نشر	تهران: فوژان، ۱۳۹۴
مشخصات ظاهری	۲۰۲ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹۸-۲۰-۶
وضعیت فهرست‌نویسی	فیبا
یادداشت	عنوان اصلی International egotiation in China: a comparison of the emerging business glants, 2011
موضوع	مذاکرات بازرگانی -- چین
موضوع	آداب کسب و کار -- چین
موضوع	مذاکرات بازرگانی -- هند
موضوع	آداب کسب و کار -- هند
موضوع	ویژگی‌های ملی هندی
شناسنامه افزوده	ورم، ورنر Worm, Vener
شناسه افزوده	عسگریور، پگاه، ۱۳۶۶-، مترجم
شناسه افزوده	حسین، ۱۳۵۶-، مترجم
رده‌بندی کنگره	۳۹۴ / ک ۸۶ / ی ۸۶ / ۵۸ / ۶ / HD
رده‌بندی دیویی	۵۱ / ۴۰۵۲ / ۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۱۵۲۵



مذاکرات بین‌المللی در چین و هند

راجش کومار - ورنر ورم
مترجمان: دکتر حسین نوروزی - پگاه عسگریور
شمارگان: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ: اول (۱۳۹۵)
اجرای جلد: محمد سرداشتنی
حروفچینی و صفحه‌آرایی: اعظم فتحی
لیتوگرافی / چاپ / صحافی: کوه نور / رهنما / کیمیا

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن بطور کلی و جزئی (چاپ، فتوکپی، فایل صوتی، تست‌سازی و انتشار الکترونیکی...) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع بوده و قابل پیگرد قانونی است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۹۸-۲۰-۶

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال

مرکز پخش: نشر فوژان

تهران، م انقلاب، خ لبافی‌نژاد بین کارگر جنوبی و ارد بیهشت، نبش کوچه درخشان پلاک ۲، ط اول.

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۶۰۹۲۳-۶۶۴۰۸۵۰۱-۶۶۴۹۰۲۰۹

www.FoozhanBook.com

Email: fozhanpub@yahoo.com

پیشگفتار مترجمان.....	۷
پیشگفتار مولف.....	۱۱

فصل اول: مذاکرات بین‌المللی در چین و هند شیوه‌های مذاکره و فرهنگ.....	۱۳
نظریه‌سازمانی: عناصر کلیدی.....	۱۶
دلالت‌های مهم نظریه‌سازمانی برای مذاکرات بین‌فرهنگی.....	۱۹
الف) چه چیز باید مذاکره شود، قرارداد یا حق قانونی؟.....	۱۹
ب) یک درک بهتر از ارزیابی مذاکرات بین‌فرهنگی.....	۲۴
پ) هر چیزی قابل مذاکره نیست.....	۲۷
ت) اجرای موافقت‌نامه‌های مذاکره شده.....	۲۸
دلایل پیچیدگی.....	۳۲
دلایل.....	۳۳

فصل دوم: هند و چین: یک مرور تاریخی.....	۳۵
مرور تاریخی.....	۳۶
مرور تاریخی چین.....	۴۵
چین پیش از دوره امپراتوری - ۷۲۲ تا ۲۲۰ پیش از میلاد.....	۴۶
چین امپراتوری - ۲۲۱ پیش از میلاد تا سال ۱۹۱۱ پس از میلاد.....	۴۸
جمهوری چین.....	۴۹
امور خارجه چین مدرن.....	۵۳

فصل سوم: محیط سازمانی هند.....	۵۷
بعد تنظیم مقررات.....	۵۷
سیر تکاملی محیط تنظیمی هند.....	۵۸
مشکل اصلاحات اقتصادی در هند.....	۶۳
مشکلات پیاده‌سازی.....	۶۳
فساد.....	۶۶

۶۹	فصل چهارم: محیط سازمانی در چین
۶۹	محیط تنظیمی
۶۹	تکامل محیط تنظیمی چینی
۷۲	توسعه اقتصادی
۷۴	سیاست اصلاحات اقتصادی در چین
۷۵	سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
۷۶	فساد
۷۷	بعد هنجاری
۷۹	آیین کنفوسیوس
۸۲	اهمیت مفهوم یاغی‌ت
۸۴	راه اعتدال
۸۴	کل‌گرایی
۸۶	تناقضات
۸۷	شبکه‌های ارتباطی
۸۹	سلسله‌مراتب
۹۰	وجهه
۹۱	ادراک زمان
۹۲	تدابیر چینی
۹۳	بعد شناختی
۹۳	زبان چینی
۹۵	میانه‌ملایم‌تر
۹۵	نگرش به سرمایه‌گذاری‌های خارجی
۹۷	فصل پنجم: مذاکره در محیط سازمانی هند
۹۸	(الف) تأثیر محیط تنظیمی بر استراتژی‌ها و فرآیندهای مذاکره
۱۰۳	(ب) تأثیر محیط شناختی بر استراتژی‌ها و فرآیندهای مذاکره
۱۰۵	(ج) تأثیر محیط فرهنگی بر استراتژی‌ها و فرآیندهای مذاکره
۱۱۱	فصل ششم: مذاکره در محیط سازمانی چین
۱۱۱	جنبه‌های مختلف
۱۱۱	(الف) تأثیر محیط تنظیمی بر استراتژی‌ها و فرآیندهای مذاکره
۱۱۴	فساد

۱۱۵	(ب) تأثیر محیط شناختی بر استراتژی‌ها و فرآیندهای مذاکره
۱۱۸	(ج) تأثیر محیط هنجاری بر استراتژی‌ها و فرآیندهای مذاکره
۱۲۷	فصل هفتم: مذاکره در هندوستان: برخی از مطالعات موردی
۱۲۸	مطالعه موردی: شرکت انرون
۱۳۶	تجزیه و تحلیل روند مذاکرات
۱۳۸	مطالعه موردی: اتحادیه کار باید
۱۳۹	مدیریت و ارتباطات
۱۴۲	محیط سازمانی
۱۴۳	محیط سیاسی و عمومی در هند
۱۴۵	محیط حقوقی و تبعات آن
۱۴۸	گفتگو
۱۵۰	مطالعه موردی: هندوستان (HCT)
۱۵۸	تجزیه و تحلیل استراتژی مذاکره
۱۶۱	فصل هشتم: مذاکره در چین: برخی از مطالعات موردی
۱۶۱	مطالعه موردی: اختلاف بین گوگل و چین
۱۶۱	موتور جستجوی گوگل
۱۶۲	گوگل در چین
۱۶۴	محیط سازمانی
۱۶۶	حملات سایبری و مبارزه
۱۶۷	حفاظت از ارزش‌ها یا شکست در تطبیق بازار
۱۶۹	نتیجه‌گیری
۱۷۰	بررسی موردی: ریوتینتو و چین
۱۷۲	ریوتینتو و چینالکو
۱۷۳	تحلیل انگیزه‌های کشور
۱۷۵	سیستم قانونی
۱۷۸	مسائل سازمانی
۱۷۹	نتیجه‌گیری
۱۷۹	بررسی موردی: چین و سازمان تجارت جهانی
۱۸۰	روند مذاکره
۱۸۰	دیوان سالاری و اختلافات داخلی بر سر منافع چین

۱۸۹.....	روند تصمیم‌گیری چین
۱۸۹.....	ملاحظات نهایی
۱۹۱.....	فصل نهم: مهارت‌های مذاکره در هندوستان و چین
۱۹۱.....	مهارت‌های مذاکرات در هند
۱۹۱.....	(۱) آسوده‌خاطر بودن در شرایط ابهام
۱۹۲.....	(۲) شکبیا باشید
۱۹۳.....	(۳) بیش از اندازه پرخاشگر نباشید
۱۹۳.....	(۴) آسوده‌خاطر بودن به آرمان‌گرایی هندی
۱۹۴.....	(۵) با چشم‌انداز بلندمدتی در ذهن دارید مذاکره کنید
۱۹۴.....	(۶) به راهبردهای مذاکره هندی واقف باشید
۱۹۵.....	مهارت‌های مذاکره در چین
۱۹۵.....	(۱) رویکرد کل‌نگرانه
۱۹۶.....	(۲) ایجاد رابطه
۱۹۷.....	(۳) اطمینان به عمل‌گرایی چینی‌ها
۱۹۷.....	(۴) تمرکز
۱۹۸.....	(۵) رابطه
۱۹۸.....	(۶) با اولویت‌های زمانی چینی‌ها منطبق شوید
۱۹۸.....	(۷) با دستگاه اداری آشنا شوید
۱۹۹.....	(۸) از احساس حقارت چینی‌ها آگاه باشید
۱۹۹.....	(۹) نقش چینی‌هایی که در خارج از کشور هستند
۲۰۰.....	(۱۰) نقش اعتماد
۲۰۱.....	فصل دهم: نتیجه‌گیری

پیشگفتار مترجمان

مذاکره یکی از فعالیت‌های اساسی و روزمره انسان است و فرآیندی است که در فعالیتهای روزانه برای مدیریت ارتباطات خود، مانند ارتباط بین زوجین، والدین و فرزندان، کارمندان و کارفرمایان، خریدار و فروشنده به کار می‌بریم. در برخی از این مذاکرات مخاطره بالا نیست و لازم نیست به دقت آماده‌سازی، برنامه‌ریزی و مذاکره شود. اما در برخی موارد مانند ارتباطات مربوط به بازرگانی، مخاطره بالاست و باید آماده‌سازی، برنامه‌ریزی و مذاکره به دقت صورت گیرد. این سطح از مخاطره به طور خاص با نتایج مذاکره ارتباط دارد.

در ارتباطات بازرگانی دو طرف مذاکره می‌کنند زیرا فکر می‌کنند می‌توانند در پروسه مذاکره به گونه‌ای نفوذ کنند که به معامله بهتر نسبت به آنکه پیشنهادات گروه دیگر را قبول و یا رد کنند. مذاکرات بازرگانی یک فرآیند داوطلبانه بوده است جایی که دو طرف پیشنهادات و انتظارات خود را به منظور نزدیک شدن به یکدیگر تغییر می‌دهند.

گاهی در ادبیات بازرگانی «چانه زنی» و «مذاکره» به جای هم استفاده می‌شود. اما آن‌ها معانی متفاوتی دارند. چانه زنی بیشتر شبیه دعوا کردن در یک بازار خاص است و هدف دو طرف، حداکثر کردن سود خود می‌باشد این موضوع بر می‌گردد به نوع خاص از مذاکره یعنی مذاکره بسته - بازنده، جایی که منابع محدود و یا ثابت است و هر گروهی می‌خواهد سهم خود را از منابع به حداکثر برساند. بنابراین دو طرف اهل رقابت و فرصت طلب هستند. به طور معمول تا مجبور نباشند دوست ندارند به طرف مقابل، خود را تسلیم کنند و به دنبال کسب حداکثر اطلاعات از طرف مقابل هستند اگر چه این بعد از مذاکره اعتبار خود را از دست داده اما هنوز در برخی موقعیت‌ها، به کار برده می‌شود.

به عبارت دیگر مذاکره نوعی «چانه زنی هماهنگ» است که به پیامد برد - برد بر می‌گردد و دو طرف درگیر می‌توانند به طور مساوی به نتایج سودمند برسند. این موضوع با دیدگاه (روش) حل مسئله مرتبط می‌باشد. زیرا طرفهای درگیر، فرآیند مذاکره را به عنوان فرآیند پیدا کردن یک راه حل برای مشکل مشترک در نظر می‌گیرند. اگر در چانه زنی هماهنگ، مذاکرات به خوبی دنبال نشود، دو طرف به

نتایج پایین از حد انتظار خواهند رسید. با مذاکره است که برای هر دو طرف رسیدن به اهدافشان امکان‌پذیر می‌شود و رسیدن به هدف یک گروه در گرو تسلیم گروه دیگر نیست.

در فضای بازرگانی بین‌الملل، توسعه فرآیند مذاکره و اینکه طرفها چگونه ارتباط را درک می‌کنند، حیاتی می‌باشد. تفاوت‌های فرهنگی موجود در سطوح مختلف یکی از مهمترین فاکتورها می‌باشد. در سطح بین‌الملل، کشورهای مختلف در یک سطح سازمانی، انواع متفاوت سازمان‌های وابسته به کشور و صنعت بومی خود، فرهنگ‌های متفاوتی دارند و در یک سطح فردی، افراد درگیر در فرآیند مذاکره پیشینه فرهنگی متفاوتی دارند نه تنها به دلیل تفاوت در کشورها و سازمانها بلکه به دلیل سابقه حرفه‌ای خود مانند مهندسين در مقابل بازاریابان و غیره.

تفاوت‌های فرهنگی چالشی را در مذاکره‌کنندگان درگیر ایجاد می‌کند که نیازمند درک و نیز انعطاف‌پذیری می‌باشد. توانایی ارزیابی این تفاوتها و مدیریت صحیح نتایج بر موفقیت در مذاکرات بازرگانی بین‌الملل ضروری است. این فرآیند ماهیت پویایی دارد و می‌تواند در هر زمانی در جهت مثبت و یا منفی حرکت کند.

در یک چارچوب کلی برای مذاکرات بازرگانی سه گروه متغیر وجود دارند:

۱- فاکتورهای زمینه‌ای (پیشینه).

۲- فرآیند.

۳- جو مذاکره.

فاکتورهای زمینه‌ای به‌عنوان بستری برای فرآیند به کار می‌روند. این متغیر در فرآیند و جو مذاکره نفوذ می‌کند. تأثیر متغیرهای مختلف بر فرآیند و مراحل مختلف آن از نظر میزان شدت متفاوت است، یکی از این متغیرها ممکن است در یک مرحله مثبت و در مرحله دیگر به صورت منفی نفوذ کند. نفوذ مثبت بدین معناست که در فرآیند مذاکره زمان ذخیره شده و به راحتی ادامه دارد. در حالی که نفوذ منفی باعث تأخیر و ممانعت در فرآیند می‌شود. فاکتورهای زمینه‌ای شامل محیط، اهداف، موقعیت بازار و ماهیت طرفهای مذاکره و مذاکره‌کنندگان طرف سوم می‌باشد.

محیط به فاکتورهای سیاسی، اجتماعی و ساختاری مرتبط با دو طرف اشاره دارد، تفاوت‌گروهها در رابطه با محیط در مذاکرات بین‌الملل اغلب در فرآیند مزاحمت ایجاد می‌کند. زمانی که طرفهای ناآشنا با پیشینه‌های مختلف، با گروههای مذاکره‌کننده در ارتباط باشند، احتمال بروز مداخلات دوسویه بیشتر می‌شود. برخی ویژگی‌ها به طور مستقیم بر فرآیند نفوذ کرده و برخی دیگر در جو مذاکره مستقیماً اثر می‌گذارند.

جنبه‌های سیاسی اجتماعی بر فرآیند اثر گذاشته و ساختار بازار بر جو مذاکره تأثیر می‌گذارد. موقعیت گروه‌های بازار فاکتور مهمی است که بر فرآیند مذاکره تأثیر می‌گذارد.

در اکثر مذاکرات بازرگانی بین‌الملل اغلب ۳ گروه درگیر هستند. بدین معنا که علاوه بر خریدار و فروشنده گروه‌های دیگری مانند دولتها، بنگاه‌ها، مشاورین و پیمان کارهای فرعی نیز در مذاکره درگیر می‌باشند. این گروه‌ها زمانی که اهداف متفاوت داشته باشند ممکن است بر فرآیند مذاکره تأثیر گذارند. اغلب دولتها از طریق اهداف مکمل خود مانند فرصت‌های شغلی، ملاحظات تعاملات خارجی و دیگر روابط احتمالی بین کشورهای دیگر، بر خریداران تأثیر می‌گذارند.

در نهایت ارتباط بین گروه‌های فرآیند مذاکره به وسیله فضای حاکم بر آن توسعه پیدامی‌کند. جو و فرآیند از سه عامل دو سویه در هر مرحله‌ای بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند. جو به عنوان «محیط اجتماعی درک شده» تعریف می‌شود، اینکه طرف‌های مذاکره رفتار یکدیگر را چگونه ارزیابی می‌کنند. این امر نیازمند درک افراد از وضعیت موجود باشد. به عبارت دیگر مذاکره به معنی درک واقعیت می‌باشد که از خود واقعیت مهم‌تر است.

وجود تعارض و همکاری یک امر نسبی است. فرآیند مذاکره می‌باشد. از یک طرف مذاکره‌کنندگان در پیدا کردن راه حل مسئله، که برای هر دو طرف منافع مشترک دارند و از طرف دیگر، تعارض در منافع ممکن است رخ دهد. زمانی که بین یک گروه، سود گروه دیگر باشد. میزان تعارض یا همکاری در فضای مذاکره به اهداف دو طرف بستگی دارد. برخی ارتباطات نسبت به برخی دیگر بیشتر مکمل هم هستند و نتیجه آن تعارض کمتری نیز دارند. درجه تعارض یا همکاری طی مراحل مختلف فرآیند مذاکره اغلب کارکرد موضوعاتی است که با آن سروکار دارند. درجه تعارض یا همکاری در جو مذاکره کارکرد چگونگی مدیریت مسائل گوناگون توسط معامله‌گر می‌باشد. گروه‌ها به دلیل سوءبرداشت از رفتار یکدیگر دچار تعارض می‌شوند در حالی که در اصل تعارض وجود ندارد. دو طرف هر چه بیشتر با یکدیگر ناآشنا باشند بیشتر دچار این نوع تعارض می‌شوند. هر فرآیند و یا حتی مرحله‌ای از فرآیند می‌تواند جایی را بر روی مقیاس همکاری و تعارض در طرف مخالف مشخص کند. ارتباط «قدرت/وابستگی» یکی دیگر از ویژگی‌های اساسی همه فرآیندهای مذاکره می‌باشد. این موضوع به قدرت ارتباط فعلی مرتبط است که توسط ارتباطات گروه‌ها و انتخاب‌های آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

آخرین جنبه جو مذاکره در برگیرنده ۲ نوع از انتظارات است: در درجه اول انتظارات بلندمدت که امکان‌پذیری و ارزش کسب و کار آینده را در نظر می‌گیرد. هر چه این نوع انتظارات قوی‌تر باشد، مذاکره‌کنندگان تمایل بیشتری دارند تا بر سر معامله فعلی به توافق برسند. انتظارات بلندمدت با اهداف

اولیه ارتباط دارد. در درجه دوم انتظارات کوتاه مدت قرار می‌گیرد که آینده قرارداد فعلی را در نظر می‌گیرد تصمیم دو گروه برای ورود به مذاکره و ادامه آن اشاره به انتظار نتیجه بهتر از شرکت در مذاکره تا عدم مشارکت در آن دارد و طرفین را وادار می‌کند مراحل را یکی پس از دیگری ادامه دهند.

در مذاکرات بین ملت‌ها، فاکتورهای فرهنگی مانند زمان، رفتار فردی در مقابل رفتار جمعی و الگوهای ارتباطی نیز نقش مهمی را ایفا می‌کنند که در خیلی از موارد عدم وقوف طرفین به ابعاد و ویژگی‌های فرهنگی و سایر جنبه‌های کلان محیطی می‌تواند مانعی جدی در حصول به نتایج باشد.

حال که مذاکره و فرایندها و متغیرهای موثر بر آن در عرصه بین‌المللی آشنا شدیم، مطالعه و بررسی ابعاد محیطی کلان و خرد و عوامل مربوط به صنایع و سازمانهای هر کشوری که می‌خواهیم با آن مراودات تجاری و بازرگانی داشته باشیم امری بدیهی و ضروری است. در این میان مطالعه و بررسی دو کشور چین و هندوستان به دلایل حائز اهمیت است:

اول اینکه، این دو کشور هم‌جو به دو اقتصادهای نوظهور از دو دهه‌ی گذشته رشد اقتصادی و صنعتی شتابانی را شروع کرده‌اند که مطالعه، رابطة و مختصات اقتصادی و سیاسی و تغییرات انجام شده در رویکردها و برنامه‌های آنها قطعاً می‌تواند راهنمای برای سایر کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ما باشد.

دوم اینکه روابط و مناسبات اقتصادی و بازرگانی این دو کشور چین و هند در سال‌های اخیر توسعه روزافزونی داشته و این روند نیاز به شناخت و بررسی دقیق‌تری و سازمانی این دو کشور را برای مدیران، دست‌اندرکاران و حتی محققان ما دوچندان می‌نماید.

کتاب حاضر، به بررسی و مطالعه ویژگی‌ها و خصوصیات ابعاد محیطی کلان و محیط سازمانی هر دو کشور پرداخته و بر اساس ویژگی‌ها و خصوصیات ارتباطی و فرهنگی و محیطی در کشور، رهنمودهای ارزنده‌ای را برای مذاکره در این دو محیط پیچیده ارائه می‌نماید.

امید است که این کتاب درک بهتر و عمیق‌تری از روابط و مذاکره در هندوستان و چین برای مدیران، بازرگانان، تصمیم‌گیران و فعالان در این حوزه و نیز دانشجویان فراهم آورده باشد.

حسین نوروزی

پگاه عسگرپور

پیشگفتار مولف

هند و چین اکنون در حال نمایان شدن به عنوان بازیکنان اصلی اقتصاد جهانی هستند. چین در حال حاضر یک عضو درای امنیت سازمان ملل و بزرگترین اقتصاد جهان است. هند آرزو دارد که به عنوان عضوی از شورای امنیت سازمان ملل بشود و با رشد سریع اقتصادش انتظار می رود که سومین اقتصاد جهان در دهه های آینده بشود. این کشورها میراث های تاریخی متفاوت، سنت های فرهنگی متفاوت و شیوه های ارتباط با دنیای خارج متفاوتی دارند؛ بنابراین همان طور که به دنبال رشد و توسعه هستند، در نتیجه این هدف را به شیوه های مختلف انجام می دهند و با رخدادها و پیامدهای مختلف روبرو می شوند. اگرچه این موضوع مورد قبول است که فاصله بین این دو کشور در حال کم شدن است و شاید اگر هند با چین رابطه برقرار کند، این فاصله کمتر شود. اما هنوز که، ژاپن به ما یادآوری می کند، مدرنیزه شدن لزوماً دلالت بر غربی شدن ندارد، در یک بعد دیگر یک نفر سخن است بحث کند که باورهای مشابه برای هند و چین دارد.

همان طور که چین و هند به دنبال کسب جایگاه به هم می خرد در جهان هستند، سرمایه گذاران بیشتری به این بازارها جذب می شوند، این دو موضوع بدین دلیل است که آن ها فرصت هایی را برای کار برون سپاری و برون مرزی ایجاد می کنند. یک وظیفه کلیدی که سرمایه گذاران خارجی با آن مواجه هستند این است که با میزبان دولتی، شرکای محلی، مشتریان یا عرضه کنندگان مذاکره کنند. مذاکره یک عمل چالش برانگیز است که در مورد هند و چین نیز این عمل حتی بیشتر دشوار و چالشی است. در این متن ما به دنبال روشن سازی جنبه های کلیدی این محیط های سازمانی در هند و چین و تأثیر بالقوه آن ها بر مذاکره این کشورها بوده ایم. هند و چین با چالش های منحصر به فرد و متمایزی روبرو هستند و سرمایه گذاران خارجی باید از تفاوت های ظریف محیط ها و اینکه چگونه باید به بهترین نحو در این تفاوت ها مسیریابی کنند، آگاه باشند.

این کتاب به محیط سازمانی از نقطه نظر نیروهای تنظیمی، شناختی و هنجاری نگاه می اندازد که به طور معناداری بر روی پویایی مذاکره در هر یک از کشورها تأثیر می گذارد. ما بررسی کردیم که چگونه

این نیروها می‌توانند به‌طور بالقوه بر روی فرایند مذاکره در این کشورها تأثیر بگذارند. ما مثال‌هایی گویا برای موارد مذاکره در هند و چین ارائه کردیم که بعضی از جنبه‌های پنهان پویایی‌های مذاکره را در این کشورها روشن می‌کند. به همین صورت، این کتاب ارزیابی می‌کند کدام یک از انواع مهارت‌های مذاکره ممکن است بیشترین ارتباط را با هند و چین داشته باشد.

باور ما این است که کتاب باید هم برای کارورزان و کارشناسان و هم برای دانشگاهیان قابل استفاده باشد همان‌طور که آن‌ها به دنبال معنی دار کردن محیط‌های سازمانی بسیار متفاوت هستند، این کتاب به آنها کمک می‌کند که چقدر به بهترین نحو می‌توانند در آن‌ها مسیریابی کنند. کارورزان و کارشناسان تمایل دارند که از استراتژی‌های غالب مذاکره در هند و چین تجربه خوب کسب کنند و بهترین راه را برای سرمایه‌گذاران خارجی برای مذاکره با هندی‌ها و چینی‌ها به دست آورند. در چین ارتباطات به‌عنوان کلید موفقیت مذاکرات تجاری باقی می‌مانند، درحالی‌که در هند این توانایی فریب است که انتظارات هندی‌ها را مدیریت می‌کند. اگر دانشگاهیان ممکن است شروع به شناسایی یک روش سیستماتیک مقایسه‌ای بین تفاوت‌های دو کشور و بخصوص تفاوت‌هایی که ممکن است حیاتی‌ترین تأثیر را بر روی موفقیت مذاکرات این کشورها داشته باشند، کنند. هند و چین فرایند شکل‌گیری مجدد جغرافیای اقتصادی در جهان هستند و امید ما این است که این کتاب کمکی برای شناخت عمیق‌تری از این غول‌های در حال نمایان شدن باشد.