ADAU-nun ELMİ ƏSƏRLƏRİ
ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

УДК: 331.1

ЯПОНСКИЕ КУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ В ДЕЛОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Гульнара Шыхы кызы Гусейнова[1], Дильшад Адалят кызы Надирханова[2],
Сона Джамал кызы Аббасова[3]

РЕЗЮМЕ

Цель исследования – являются анализ влияния японских культурных ценностей на построение и поддержание деловых отношений; подчеркивание важности понимания жизненных укладов, позволяющих успешно вести бизнес в Японии.

Методология исследования – Методом исследования является изучение основных культурных ценностей, которые преобладают в японском обществе и как они формируются, передаются поколениями. Исследование проводилось на основе системного подхода к анализу проблемы, логического и структурного анализа, а также применения аналитических методов.

Важность исследовательского приложения - Исследование японских культурных ценностей в деловых отношениях играет важную роль в создании более успешных, гармоничных и взаимовыгодных связей между представителями различных культур и способствует сотрудничеству и развитию международного бизнеса.

Результаты исследования - Межличностные отношения (нинген канкей) являются ключевым фактором в Японии, и отсутствие достаточного времени для их развития может быть истолковано как отсутствие интереса и невнимательность. Высокий уровень качества и сервиса, к которому привыкли японцы, являются отражением их стремления к совершенству. Высокие уровни ожидаются даже в относительно незначительных вопросах.

Научная новизна исследования - Исследование статьи имеет большую научную значимость и может способствовать углублению понимания японской культуры, развитию межкультурных коммуникаций и эффективному управлению деловыми отношениями с японскими партнерами и клиентами.

Ключевые слова: Япония, бизнес, культура, японские ценности, межличностные отношения.

Введение. Понимание японских культурных ценностей в бизнесе заключается не только в наличии некоторых общих знаний, например, таких как, элементарные вежливости, приветствие с поклоном или вручение визитных карточек двумя руками. Это поверхностное понимание не поможет вести бизнес в Японии. Также важно знать, как японские культурные ценности влияют на такие аспекты бизнеса, как установление связей и поддержание отношений, адаптация к высоко конкурентному и меняющемуся японскому рынку или предоставление беспрецедентного уровня обслуживания.

Японцы хорошо осведомлены о культуре и обычаях страны, в которой они хотят вести бизнес, и адаптируют свои действия к местным требованиям. Точно так же ведение бизнеса в Японии требует знания местных культурных ценностей, чтобы понять, как вести бизнес по-японски. Японский способ ведения бизнеса имеет значительное влияние на мировую экономику и культуру. Этот подход к деловым отношениям основан на ценностях, таких как уважение, сдержанность, внимательность, точность и традиционализм, которые имеют важное значение для японской культуры и оказывают влияние на способ взаимодействия с деловыми партнерами (Гарсия, 2015).

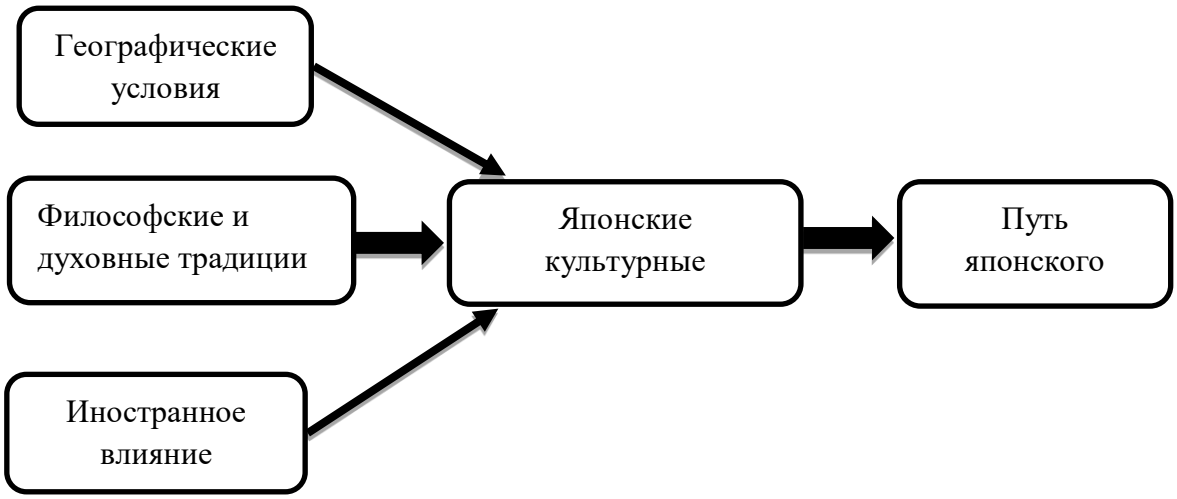
[1] Əsas müəllif/Corresponding author: Азербайджанский Государственный Аграрный Университет, Гянджа, metiska49@gmail.com, OrcID 0000-0002-8020-901X
[2] Азербайджанский Государственный Аграрный Университет, Гянджа, nadirkhanova_dilshat_adau@mail.ru, OrcID 0000-0002-3950-6995
[3] Азербайджанский Государственный Аграрный Университет, Гянджа, abb-sonya@yandex.ru, OrcID 0000-0002-1366-3001

ADAU-nun ELMİ ƏSƏRLƏRİ
ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

Японские компании часто следуют модели, которая называется "кайдзен", что означает непрерывное улучшение. Она основана на идее, что постоянное совершенствование процессов и продуктов приводит к улучшению качества и эффективности, а также к сокращению издержек и увеличению прибыли. Эта модель стала широко распространенной во всем мире и привела к созданию систем управления качеством и производственных методов, таких как "6 сигм", "тотальное управление качеством". Кроме того, японские компании также славятся своим коллективизмом и упором на командную работу. Они создают сильные команды, которые работают вместе, с целью достичь общих целей. Этот подход также может включать менторство и развитие сотрудников, чтобы помочь им достичь своего полного потенциала.

Японский способ ведения бизнеса отличается от западного подхода к капитализму, где приоритет отдается максимизации прибыли и акционерного дохода. Японские компании, напротив, часто уделяют большое внимание удовлетворению потребностей клиентов, а также общественной ответственности и взаимодействию с государственными органами. В целом, японский способ ведения бизнеса оказал значительное влияние на мировую экономику и культуру. Он демонстрирует, что командная работа, упор на непрерывное улучшение и уважение к клиентам и общественной ответственности могут привести к долгосрочному успеху.

Рисунок 1. Влияние японского способа ведения бизнеса



В этой статье под культурой понимаются ценности, нормы, убеждения, взгляды и модели поведения, усвоенные и разделяемые группой людей, которые позволяют им смотреть на мир одинаково (Garsia, 2014).

Источники японских культурных ценностей. Ценности — это глубочайший уровень культуры, а на самом внешнем уровне — это непосредственно наблюдаемые черты, такие как способ ведения дел. Поведение можно увидеть, но не лежащие в его основе культурные ценности, поэтому они могут оставаться неизменными, несмотря на то, что они выражаются в различных способах действия.

Конкретные культурные ценности позволяют людям каждого общества знать, что уместно в каждой ситуации, и, таким образом, представляют неявно или явно разделяемые идеи и убеждения о том, что хорошо, правильно и желательно в сообществе. Эти принятые способы ведения дел определяют нормы того, как люди должны вести себя и действовать по отношению к другим. Японские культурные

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

традиции основаны на различных источниках, таких как географические условия страны, иностранные влияния, полученные в ходе ее истории, а также ее духовные и философские традиции.

(1.1) Географические условия Японии. Географическая изоляция Японии, ее сравнительно небольшой размер и относительно большое население привели к тому, что ее люди живут в непосредственной физической близости друг к другу. Это привело к чувству необходимости работать сообща или в группах, к заботе о чувствах других и к тому, что важно осознавать относительный статус отдельных людей. Кроме того, частые стихийные бедствия, такие как тайфуны, землетрясения, наводнения и оползни, воспитали большое уважение к природе и желание жить в гармонии с ней, а не пытаться ее контролировать.

(1.2) Иностранное влияние в истории Японии. Япония испытывала иностранное культурное влияние на протяжении всей своей истории, начиная в 4 веке с Китая. К 16 веку страны Западной Европы, такие как Португалия, Испания, а затем и Голландия, установили прямой контакт с японцами, пока Указ 1635 года не приказал закрыть страну, запрещая японцам выезжать за границу и возвращаться после проживания за границей. На протяжении более 200 лет Япония была официально, хотя и не полностью, закрыта и официально не открывалась до Реставрации Мэйдзи в 1868 году. В середине 19 века западное влияние проникло в Японию в основном из США. В 1853 году в гавань Токио прибыли четыре американских корабля с целью восстановления регулярной торговли и диалога между Японией и Западом.

Таким образом, японцы разработали практику принятия полезных элементов чужой культуры, слияния их с местными обычаями и адаптации их к использованию японцами (*иитоко-дори*).

(1.3) Японские философские и религиозные традиции. Философские и религиозные традиции — это убеждения и правила, которыми люди руководствуются в своих решениях и суждениях на протяжении всей жизни. Японские философские и религиозные традиции развивались на протяжении истории Японии в результате сочетания различных систем мышления.

Синкретизм — важнейшее явление в японской религиозной истории. Синтоистские и буддийские верования объединились, когда буддизм был представлен Японии в 6 веке, а конфуцианство и буддизм всегда были тесно взаимосвязаны, поскольку они были представлены вместе с дзен-буддизмом(Гречко, 2017).

Это главная причина, по которой многие японцы не проводят четкого различия между своими философскими и религиозными традициями, помимо простых обрядов и ритуалов, и почему трудно с уверенностью определить, какие конкретные культурные ценности исходят от каждой традиции. Японская мысль интересуется реальностью этого мира и придает особое значение тому, что удобно в повседневной жизни. Синто, дзен-буддизм и конфуцианство — это именно три традиции, которые очень сильно связаны с настоящей жизнью. Кроме того, вероятно, именно эти традиции оказали наибольшее влияние на формирование японского делового мировоззрения.

Определенные культурные ценности в бизнесе напрямую вытекают из этих трех основных философских и религиозных традиций и являются основой, в которой японцы оценивают свое поведение и поведение других.

(1.4) Японские культурные ценности в бизнесе. Японское общество не так однородно, как обычно представляется, с различиями в зависимости от региона, размера общины, проживания в городе или сельской местности, образования, работы или

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

принадлежности к группе меньшинств. Однако все японцы разделяют определенные культурные ценности и принятые правила поведения, и, следовательно, существует высокая степень однородности их социальных обычаев, а не этнической принадлежности или образа жизни.

Хотя не все японские деловые люди одинаковы, они ведут себя одинаково во всех конкретных общественных ситуациях в соответствии с тем, что считается приемлемым в обществе, а не в соответствии с тем, что они могут думать индивидуально. Опыт и исследования ученых в Японии показывают, что можно выделить 13 основных японских культурных ценностей в бизнесе, которые необходимо понимать, чтобы создавать и поддерживать деловые отношения с японцами.

Эти культурные ценности в бизнесе сформировали японское деловое мышление и сформировали черты японского способа ведения бизнеса(Корчагина, 2014):

1. **Важность отношений.** В японской традиционной культуре люди рассматриваются в контексте их социальных отношений. Отношения имеют первостепенное значение в социальной структуре Японии, и комплекс тонких социальных норм регулирует все типы межличностных отношений.
2. **Спасение лица.** Возможно, одна из самых важных японских культурных ценностей — сохранять лицо в публичных ситуациях как по отношению к себе, так и к другим. Японцы, как правило, пытаются найти подходящий способ адаптировать свои собственные желания к требованиям других и, таким образом, не оскорблять или не наносить ущерб своему общественному имиджу.
3. **Самоконтроль и самодисциплина.** В кризисной ситуации несмотря ни на что, японцы постараются сохранить самообладание и самодисциплину. Самоконтроль означает умение скрывать свои чувства, эмоции и реакции в любой ситуации. Самодисциплина — это способность следовать тому, что вы считаете правильным, несмотря на искушение поступить иначе.
4. **Важность тишины.** Есть японская поговорка о том, что «молчание — золото» (*iwanu ga hana*). Тишина важна в Японии из-за дзен-буддизма. Истина не может быть описана словами, а существует только в тишине, поскольку, хотя слова необходимы для выражения понятий, язык препятствует более глубокому пониманию реальности, которая существует за пределами слов.
5. **Стремление к совершенству.** Стремление к совершенству даже в самых незначительных вопросах является культурной ценностью, которая отражается в обычно высоком уровне качества и обслуживания в Японии. Следует стремиться к совершенству, хотя известно, что это не всегда возможно. Таким образом, овладения техникой путем постоянного повторения недостаточно, и необходимо попытаться достичь состояния не-ума (*мусин*).
6. **Гибкость адаптации к изменениям.** В практике дзэн есть поговорка, что «самый чудесный ум подобен воде», потому что вода постоянно меняет свою форму, приспосабливаясь к любой окружающей среде. Гибкость достигается за счет избегания привязанностей, т. е. за счет способности меняться, чтобы приспособиться к новым ситуациям. В постоянно меняющемся мире необходимо отпустить как объекты, так и мысли.
7. **Все меняется и нет ничего постоянного.** Японцы осознают непостоянство и быстротечность жизни (*мудзё*) и поэтому понимают, что реальность не фиксирована, а подвержена постоянным изменениям. События — это просто преходящие обстоятельства, и слова теряют смысл, как только они вырываются из своего

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

первоначального контекста, поскольку те же самые обстоятельства никогда не повторятся.

8. **Важность обстоятельств.** Обстоятельства важны, потому что надлежащего поведения следует ожидать при любых обстоятельствах. Ни одно действие не является хорошим или плохим само по себе, но его значение и ценность полностью зависят от обстоятельств, цели, момента и места. Хорошие индивидуальные действия — это те, которые лучше всего подходят для сообщества, а плохие — те, которые наносят ему ущерб.

9. **Гармония между членами группы.** Под гармонией понимается избегание прямых столкновений в повседневной жизни. Конфликты возникают из-за отношений между одним человеком и другими, а гармония между членами группы является результатом поиска подходящего способа приспособить свои собственные желания к требованиям других.

10. **Членство в группе и сотрудничество в ней.** Японское общество придает большое значение группе или сообществу (*m.e.*) и его социальной функции как ядра, вокруг которого вращаются работа и жизнь. Таким образом, индивидуум существует как член группы, и его поведение должно быть вежливым и уместным, чтобы способствовать сотрудничеству внутри нее.

11. **Социальная иерархия и уважение к возрасту.** Вертикальная структура японского общества основана на конфуцианской концепции социальной иерархии, четко определяющей обязанности и обязанности, регулирующие отношения между людьми. Среди наиболее важных — уважение к пожилым и почтение к старшинству.

12. **Важность соблюдения социальных норм.** Конфуцианская концепция *ли* простирается от кодифицированных актов повседневной жизни до этических норм мышления, чувств и действий. Она обеспечивает каждому человеку определенное положение в семье, общине и обществе. В свою очередь, это позволяет каждому решить, что следует или не следует делать в конкретных обстоятельствах, и, следовательно, принять решение о соответствующих словах и действиях.

13. **Принятие неизбежного.** Дзен учит, что со всем, даже со смертью, можно столкнуться без страха, приняв ее неизбежность. Кроме того, осознание того, что события невозможно контролировать, способствует принятию фактов такими, какие они есть.

В таблице 1 обобщены специфические японские культурные ценности, имеющие отношение к бизнесу, и показаны три философские и религиозные традиции, от которых они произошли, т. е. синто, дзен-буддизм или конфуцианство. Поскольку эти традиции смешались в ходе японской истории, некоторые культурные ценности являются общими и, действительно, могут быть результатом синкретизма.

Таблица 1. Краткое изложение японских культурных ценностей в бизнесе

Синто	Членство в группе и сотрудничество внутри группы. Важность обстоятельств. Гармония между членами группы.
Дзен буддизм	Самоконтроль и самодисциплина. Важность молчания. Все меняется, и нет ничего постоянного. Гибкость в адаптации к изменениям.

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

	Принятие неизбежных событий. Стремление к совершенству.
Конфуцианство	Социальная иерархия и уважение к возрасту. Важность взаимоотношений. Важность соблюдения социальных норм. Сохранять личность на публике.

Источник: Г. Гарсия (2015 г.), «Японские культурные традиции и международный бизнес», в Б. Кристенсен и Дж. Куман (ред.), *Национализм, культурная идеологическая обработка и экономическое процветание в эпоху цифровых технологий*, IGI Global, с. 106-126.

(1) Важность понимания японских культурных ценностей в бизнесе
Традиционные ценности и черты, которыми руководствовались японцы на протяжении столетий, остаются важными и сегодня в том, как большинство взрослых людей ведут себя на публике. Для эффективного взаимодействия с японскими деловыми людьми по-прежнему требуется глубокое знание значения определенных действий, отражающих лежащие в их основе культурные ценности и социальные обычаи.

Существуют три важные характеристики японского способа ведения бизнеса, которые либо неизвестны, либо вызывают трудности в Японии (см. таб. 2 ниже).

Таблица 2. Три важных аспекта межличностных отношений.

Важность межличностных отношений.
Важность избежания прямых конфронтаций и споров.
Значение письменных контрактов.

Источник: Г. Гарсия (2015 г.), «Японские культурные традиции и международный бизнес», в Б. Кристенсен и Дж. Куман (ред.), *Национализм, культурная идеологическая обработка и экономическое процветание в эпоху цифровых технологий*, IGI Global, с. 106-126.

(2.1) Важность межличностных отношений. Межличностные отношения (*нинген канкей)* являются важным условием ведения бизнеса в Японии. Это влечет за собой взаимность между теми, кто вовлечен с целью продвижения своих целей.

Установление межличностных отношений важно, потому что японские деловые люди больше доверяют тем, с кем они общаются и знают, чем тем, кто просто хочет вести бизнес. Им удобнее вести дела с людьми, которые являются друзьями, а не просто знакомыми. Таким образом, японцы прежде чем начать бизнес, тратят много времени и денег на установление межличностных отношений, потому что им необходимо как можно лучше узнать потенциального иностранного партнера, чтобы понять, как он действует, и уметь интерпретировать его реакции, прежде чем чувствовать себя уверенно(Губенко, 2013).

Встречи после работы являются важной частью японского бизнеса, поскольку они позволяют выразить личные чувства по поводу бизнеса (*хоннэ*), а не то, что считается уместным на публике (*татемаэ*). Эти неформальные встречи за пределами рабочей среды состоят из социальных мероприятий, таких как обеды, караоке, пикники помогают выработать личный подход, учитывая более формальное отношение японцев на рабочем месте.

Важно иметь в виду, что неформальные встречи происходят не только до и во время официальных переговоров, но и в ходе последующей реализации совместной бизнес-

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

стратегии. Это связано с тем, что деловые отношения в Японии по-прежнему носят личный характер, а возможные конфликты решаются дружеским и непубличным путем путем взаимных консультаций (*ханашиай*), а не в судебном порядке.

Японцы привыкли поддерживать постоянный дружеский контакт со своими деловыми партнерами, и для этой цели они предпочитают совершать личные визиты как можно чаще, чтобы более неформально познакомиться с ответственными лицами и ходом бизнеса. В Японии первоначальные контакты не осуществляются напрямую без каких-либо ссылок. Напротив, деловые отношения устанавливаются посредством соответствующих связей и представлений (*шокай*) общим другом или даже третьим лицом (*шокай-ша*).

Межличностные отношения основаны на относительном статусе человека или социальном положении в иерархии. Кроме того, отношения между двумя индивидами более высокого и более низкого статуса являются основой структуры японского общества. Такие характеристики, как возраст, образование, работа или контакты, являются основой для различий в статусе, и японские деловые люди возмущаются, когда различия в статусе игнорируются в межличностном общении. Это связано с важностью обмена визитными карточками (*мэйси*), которые указывают место человека в иерархии компании. Японцам нужно знать это, для того чтобы решить, как говорить с другим человеком и какой уровень вежливости нужно использовать.

(2.2) Важно избегать прямой конфронтации и споров. Гармония (*ва*), понимаемая как избегание прямой конфронтации, является важной культурной ценностью японского общества, и поэтому избегание личной конфронтации на публике является приоритетом. Предпочтительно разрешать конфликты через непрямые каналы, такие как неформальные встречи, посредничество (*тюкай*) или арбитраж (*тюсай*).

Японцы не имеют привычки прямо выражать свои мысли. Таким образом они могут не задеть чувства других людей и не разрушить гармонию в отношениях. Они очень внимательно относятся к тому, что они говорят и каким образом они это говорят (*татемаэ*), например, избегая слов «нет» и вместо этого используя менее прямые выражения, такие как «это трудно» (Коно, 1987). *Татемаэ* — это официальное или публичное лицо, мнения и действия, соответствующие определенному положению и ситуации, а *хоннэ* — это истинные чувства или намерения. В Японии гармония ценится намного больше, чем откровенность (т.е. выражение своего мнения или чувства).

В Японии надлежащее поведение в каждой общественной ситуации зависит от обстоятельств и культурно установлено. В международном бизнесе конфликты могут быть результатом того, что люди не разделяют одни и те же культурные ценности в отношении того, что уместно или правильно, и это имеет решающее значение для оценки искренности и надежности. Японская деловая встреча — это публичная ситуация, в которой необходимо сказать то, что следует сказать согласно принятым социальным нормам (*татемаэ*). С другой стороны, личные чувства (*хонне*) — это нечто личное, которые не следует выражать публично.

Неопределенность японского общения обычно сбивает с толку иностранцев, которые не понимают, что оно дополняется жестами, поскольку общие культурные ценности являются контекстом, в котором должны быть поняты словесные сообщения. Поэтому деловые люди должны помнить, что важно не только значение слов, но и любая сопровождающая их невербальная коммуникация должна быть правильно интерпретирована.

Культурные ценности определяют то, как молчание понимается в каждом обществе, а в Японии молчание (*тинмоку*) — это скорее способ сообщить о том, что

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

важно, чем просто пробел между словами (Məmmədov, 2013). Японское молчание может выражать широкий спектр значений в зависимости от каждой конкретной ситуации, например, чтобы предотвратить прямую конфронтацию, чтобы не обидеть других или выразить несогласие, поскольку чувства обычно не выражаются напрямую. Таким образом, могут возникать недоразумения, когда люди не японского происхождения неправильно понимают значение молчания в той или иной ситуации.

Сохранение лица является глубоко укоренившейся культурной ценностью японского общества, и люди редко выходят из себя на публике, если только одна из сторон не имеет значительно более высокого статуса. Японцы больше заботятся о самоконтроле, чем о контроле над другими или ситуацией, поскольку их учат не раскрывать того, что они действительно хотят сказать, и сдерживать эмоции с целью сохранения межличностной гармонии.

Привычка вести себя в соответствии с тем, что является социально приемлемым (*татемаэ*), является важным элементом для получения общественного признания, которое является основой групповой гармонии. Японские деловые люди ориентированы на группу, к которой они принадлежат, и такая забота об интересах группы до сих пор является правилом в школах и на работе в Японии (https://melumatlar.az). На публике японские деловые люди сохраняют позицию поддержки группы, даже если они лично с ней не согласны. Таким образом, члены одной и той же группы действуют сходным образом.

(2.3) Значение письменного договора. Контракт является юридическим средством, которое описывает в письменной форме соглашение между двумя сторонами, особенно когда между ними не установлено доверие. Хотя японцы используют письменные контракты, обычно считается, что если нет межличностного доверия, то простое наличие подписанного документа не улучшит деловую ситуацию. Таким образом, традиционное японское отношение к выполнению письменных контрактов заключается в подчеркивании созданных деловых отношений. Контракт — это скорее простая формализация личного обязательства работать вместе, чем подробный документ с фиксированными пунктами, которые должны точно выполняться.

Процесс переговоров не заканчивается, когда участники подписывают контракт, в котором описывается, что от них ожидается. В Японии подписание письменного контракта не означает конец переговоров, поскольку японцы верят в изменяющиеся обстоятельства (*дзидзё хэнко*), и очень точные пункты подписанного контракта не считаются определенными, но они всегда открыты для переговоров снова, даже сразу после подписания (https://aydinoghlu.wordpress.com).

Конкретные условия теряют свою силу, если обстоятельства меняются и условия становятся невыгодными для какой-либо из сторон. Они должны быть адаптированы к происходящим изменениям с целью достижения взаимоприемлемых результатов и поддержания долгосрочных отношений (*нагаи цукиай*). Это основано на убеждении, что обе стороны договора должны помогать друг другу при возникновении проблем, потому что это будет возвращено в ходе долгосрочных отношений.

Заключение. Существуют культурные факторы, которые важны для построения и поддержания деловых отношений в Японии. Следует иметь в виду, что японцы хорошо информированы и подготовлены, и в ответ на это иностранцы, ведущие бизнес в Японии, должны быть готовы глубоко понять японские культурные ценности. Следует подчеркнуть, что межличностные отношения (*нинген канкэй*) являются ключевым фактором в Японии, и отсутствие достаточного времени для их развития может быть истолковано как отсутствие интереса и невнимательность. Доверие основывается не на

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

письменном договоре, а на установленных межличностных отношениях и долгосрочной стратегии, включая приверженность долгосрочным деловым отношениям. Это необходимо для ведения бизнеса в Японии.

Гармония, заключающаяся в том, чтобы избегать личных столкновений и сохранять видимость на публике, является приоритетом в японском бизнесе. Точно так же важен ежедневный контакт и постоянная корректировка решений в соответствии с обстоятельствами. Высокий уровень качества и сервиса, к которому привыкли японцы, являются отражением их стремления к совершенству. Ожидается высокий уровень даже в относительно неважных делах.

В качестве последнего вывода, возможно, было бы разумно осознать, что в результате различного значения контрактов, основанных на несходных культурных ценностях, деловые люди неяпонского происхождения обычно сталкиваются с большим количеством проблем со своими японскими партнерами во время выполнения контракта, чем до его подписания.

Список литературы

1. Гарсия, Г. (2015), Японские культурные традиции и международный бизнес, в Б. Кристенсен и Дж. Куман (ред.), Национализм, культурная идеологическая обработка и экономическое процветание в эпоху цифровых технологий, IGI Global, 2015, с. 106-126.

2. Garcia, G (2014), Cultura y estrategia de los negocios internacionales: Elaboración, negociación e implementación , Editorial Pirámide, Madrid, 2014

3. Гречко, Е.А. Географические различия систем корпоративного управления: учебное пособие / Е.А. Гречко. - М.: Юрайт, 2017. - 150 с.

4. Корчагина, А.С. Японский менеджмент / А.С. Корчагина. - М.: Научная книга, 2014. - 308 с.

5. Губенко М. К вопросу управления персоналом в японских компаниях // Человек и труд. 2013. № 1. С. 50-52.

6. Коно, Т. Стратегия и структура японских предприятий : пер. с англ. // Т. Коно. - М. : Прогресс, 1987. - 384 с.

7. Məmmədov F. İdarəetmə mədəniyyəti. Xarici ölkələrin təcrübəsi. Bakı, "Apostrof" Çap Evi, 2013, 213. – 672 s.

8. Yaponiya və ABŞ firmalarında innovasiya menecmenti https://melumatlar.az/blog/8778/yaponiya-ve-abs-firmalarinda-innovasiya-menecmenti Электронный ресурс: (Дата обращения: 05.06.2023)

9. Iqtisadiyyat, İctimai-Sosial, Yapon İdarəetməsi – Yapon Möcüzəsi https://aydinoghlu.wordpress.com/2016/03/14/yapon-idar%C9%99etm%C9%99si-yapon-mocuz%C9%99si-2/ Электронный ресурс: (Дата обращения: 05.06.2023)

İŞ MÜNASİBƏTLƏRİNDƏ YAPON MƏDƏNİ DƏYƏRLƏRİ

XÜLASƏ.

Tədqiqatın məqsədi - Yapon mədəni dəyərlərinin işgüzar münasibətlərin qurulmasına və saxlanmasına təsirini təhlil etməkdir. Yaponiyada uğurlu iş aparmağa imkan verən həyat tərzlərini başa düşməyin vacibliyini vurğulamaqdır.

Tədqiqatın metodologiyası - Tədqiqat metodu Yapon cəmiyyətində üstünlük təşkil edən və onların necə formalaşdığı, nəsillər tərəfindən ötürülən əsas mədəni dəyərlərin öyrənilməsidir. Tədqiqat problemin təhlili, məntiqi və struktur təhlili, analitik metodlarının tətbiqi üçün sistemli bir yanaşma əsasında aparılmışdır.

ISSN 2310-4104 E-ISSN 2790-5799
DOI:10.30546/2790-5799.2.2023.28-37

Tədqiqatın tədbiqi əhəmiyyəti - Yapon mədəni dəyərlərinin işgüzar münasibətlərdə araşdırılması müxtəlif mədəniyyətlərin nümayəndələri arasında daha uğurlu, ahəngdar və qarşılıqlı faydalı əlaqələrin yaradılmasında mühüm rol oynayır, əməkdaşlığı və beynəlxalq biznesin inkişafını təşviq edir.
Tədqiqatın nəticələri – şəxslərarası münasibətlər (ningen kankei) Yaponiyada əsas amildir və onları inkişaf etdirmək üçün kifayət qədər vaxtın olmaması maraqsızlıq və diqqətsizlik kimi yozula bilər. Yaponların öyrəşdiyi yüksək keyfiyyət və xidmət səviyyəsi onların mükəmməllik arzusunun əksidir. Nisbətən kiçik məsələlərdə belə yüksək səviyyələr gözlənilir.
Tədqiqatın elmi yeniliyi – məqalənin tədqiqi böyük elmi əhəmiyyətə malikdir və yapon mədəniyyətinin anlaşılmasının dərinləşməsinə, mədəniyyətlərarası ünsiyyətin inkişafına, Yapon tərəfdaşları və müştəriləri ilə işgüzar münasibətlərin səmərəli idarə olunmasına kömək edə bilər.

Açar sözlər: Yaponiya, biznes, mədəniyyət, Yapon dəyərləri, şəxslərarası münasibətlər.

JAPANESE CULTURAL VALUES IN BUSINESS RELATIONS

RESUME.

The purpose of the research - The purpose of the study is to analyze the influence of Japanese cultural values on the construction and maintenance of business relations; emphasizing the importance of understanding the lifestyles that allow successful business in Japan.
The methodology of the research - The research method is the study of the main cultural values that prevail in Japanese society and how they are formed, passed down through generations. The study was conducted on the basis of a systematic approach to the analysis of the problem, logical and structural analysis, the use of analytical methods.
The practical importance of the research - The study of Japanese cultural values in business relations plays an important role in creating more successful, harmonious and mutually beneficial ties between representatives of different cultures and promotes cooperation and the development of international business.
The results of the research - Interpersonal relationships (ningen kankei) are a key factor in Japan, and the lack of sufficient time for their development can be interpreted as lack of interest and inattention. The high level of quality and service that the Japanese are used to is a reflection of their desire for excellence. High levels are expected even in relatively minor issues.
The scientific novelty of research – The research of the article has great scientific significance and can contribute to a deeper understanding of Japanese culture, the development of intercultural communications and effective management of business relations with Japanese partners and customers.
Keywords: Japan, business, culture, Japanese values, interpersonal relations.

Məqalə daxil olmuşdur: 27.04.2023
Təkrar işləməyə göndərilmişdir: 22.05.2023
Çapa qəbul edilmişdir: 26.08.2023

Дата поступления статьи в редакцию: 27.04.2023
Отправлено на повторную обработку: 22.05.2023
Принято к печати: 26.08.2023

The date of the admission of the article to the editorial office: 27.04.2023
Send for reprocessing: 22.05.2023
Accepted for publication: 26.08.2023