

МРНТИ 06.91

Ж. И. Испердинова

Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, Астана, Казахстан
(E-mail: ispzhan@gmail.com)

Роль менталитета в японском бизнесе и менеджменте

Аннотация. Существуют особенности национального характера японцев, оказывающие влияние на бизнес и менеджмент в Японии. Целью данной статьи является анализ влияния этих особенностей национального характера на бизнес-среду и деловое управление. Для достижения данной цели автор рассмотрел исторические корни японского менеджмента, основные черты национального характера японцев, а также факторы их формирования. Черты национального характера японцев можно разделить на три группы: общенациональные, черты группового поведения, обыденно-житейские. Кроме того, автор раскрыл такое понятие как бизнес-культура и описал основные характеристики японского способа ведения бизнеса, такие как значимость межличностных отношений, важность избегания прямых конфликтов и споров, значение контрактов. В результате анализа была выявлена связь между особенностями японского менталитета и бизнес-культурой в Японии.

Ключевые слова: менталитет, национальный характер, японцы, Япония, культура, культурные ценности, бизнес, менеджмент.

<https://doi.org/10.32523/2616-6887/2018-125-4-82-91>

Все народы имеют определенные культурные, эмоциональные, умственные особенности, ценности и установки, которые в совокупности составляют их менталитет и влияют на все формы общественной жизни. Традиционные ценности, а также особый образ мышления, которыми руководствовались японцы на протяжении веков, оказывают влияние на публичное поведение японцев и на характер межличностных отношений между ними в современное время. Особенности японского менталитета нашли отражение не только в межличностных отношениях, но и в бизнесе и менеджменте.

Целью данной статьи является анализ роли японского менталитета в бизнесе и менеджменте Японии. Для достижения данной цели в статье будут рассмотрены особенности национального характера японского народа, бизнес-культура и способы ведения бизнеса в Японии. Затем будет представлен анализ роли и влияния менталитета на японский бизнес и менеджмент.

Существуют две теории происхождения японского менеджмента. Первая теория утверждает, что история и культура маловажны и основная часть японского менеджмента была основана за последние 60 лет. Согласно данной теории значительная часть изменений в японской экономике произошла в начале периода Мэйдзи (1867-1910) в процессе стремительной индустриализации страны, а также после Второй мировой войны, когда американская практика управления была введена в Японии. Вторая теория утверждает, что история и культура играют огромную роль в развитии японского стиля управления. Существует достаточно большое количество исследований об исторических и культурных корнях японского менеджмента. Согласно данным исследованиям японская деловая практика сформировалась под влиянием конфуцианской философии (уважение старших, лояльность, гармония), буддизма (смирение, трудовая этика, работа для коллективного блага), бусидо (обязательства, долг, честь) и рисовых плантаций (патернализм, коллективное поведение) [1, 116стр.].

Обе теории предоставляют достоверные аргументы, однако истина лежит где-то между ними. Некоторые методы управления появились относительно недавно, но стоит отметить, что менталитет, культура и история играют очень важную роль в современном японском бизнесе.

Прежде чем начать рассмотрение влияния менталитета на японский бизнес, стоит остановиться на ключевых чертах национального характера японцев. Национальный характер японцев можно разделить на три группы характерологических черт: общезнаменитые, черты группового поведения, обыденно-жизненные.

К общезнаменитым чертам относятся трудолюбие, любовь к эстетике, бережное отношение к культурному наследию прошлого, традиционализм, этноцентризм, практицизм. Японцы считаются самой трудолюбивой нацией в мире. Они не только выполняют свою работу с любовью, но и выражают свою тягу к прекрасному в процессе труда. Японский писатель Т. Таникава отмечал, что любовь к эстетике является основой японского менталитета и вокруг нее группируются остальные черты национального характера японцев [2, 72 стр.]. Чувство прекрасного японцы выражают через садоводство, чайную церемонию, аранжировку цветов, боевые искусства (кэндо, кюдо, дзюдо, айкидо, каратэ и т.д.), каллиграфию, любование природой (ханами, юкими, цуками) и пр. Любовь к прекрасному является основной причиной эмоциональности и иррациональности японцев.

Японцы с большим уважением относятся к древним традициям, повериям и культурному наследию прошлого. Они умудряются не только сохранить свои национальные традиции, но и приспособить элементы чужой культуры к японским условиям. Для японцев «мы» - это японцы, «они» – это все, кто не японцы [3, 41 стр.]. Такая точка зрения обусловлена изолированностью и оторванностью Японии от континентальных цивилизаций. Стоит также отметить и такую общезнаменитую черту японцев как практицизм. Для японцев чуждо понятие «абстрагирования от предмета», которое часто применяется европейцами. Для глубокого понимания сути вещей они, как китайцы ищут что-то похожее в прошлом, пытаются проникнуть в «глубь» предмета. Такая конкретность в мышлении японцев оказала влияние на японскую науку, искусство и повседневную жизнь в Японии [4, 21 стр.].

К чертам группового поведения японцев можно отнести такие черты характера как дисциплинированность, преданность авторитету, чувство долга. Японцы стремятся к дисциплинированности, упорядоченности во всем: на работе, в семье, в межличностных отношениях и т.д. Такое поведение обусловлено чувством долга и высоким уровнем уважения по отношению к другим членам общества. Общественные отношения в Японии основаны на идеях Конфуция, которые регламентируют строгую иерархию, патриархальные устои и поклонение вышестоящим лицам. То есть старшие по званию, возрасту и другим показателям лица являются авторитетом для японцев [5, 56 стр.]. Это может подтвердить старинное японское изречение: «Отношения между старшим и младшим похожи на отношения между травой и ветром: если подует ветер, трава должна склоняться». В современное время для японцев авторитетом в обществе является начальник или старшее по должностному званию лицо, а в семье дань уважения отдается отцу. Покорность и коллективное мышление подавляли собственное «Я» японцев, личное мнение и желания отвергались как нечто эгоистичное, а самопожертвование и повиновение считались высшей формой добродетели [6, 85 стр.].

Обыденно-жизненные черты национального характера японцев как бережливость, терпеливость, аккуратность, вежливость, любознательность вытекают из стержневой черты – самообладания. Каждый японец с детства знает, что сдержанность и самообладание – это основные признаки храбрости, и настоящий воин должен обладать такими качествами. В связи с этим японцы придерживаются следующих жизненных правил: 1) смирение при любой ситуации; 2) соблюдение установленных правил; 3) отказ от развлечений; 4)

брать вину на себя за свои несчастья. Японцы остаются хладнокровными даже во время стихийных бедствий. Они предпочитают занять выжидательную позицию и вытерпеть все удары судьбы, нежели пытаться ее изменить.

Японцы считаются самой вежливой нацией в мире. Вежливость присутствует везде: в магазинах, гостиницах, в такси, между членами семьи, одноклассниками и т.д. Кроме вежливости можно отметить такую черту национального характера японцев как аккуратность, чистоплотность и бережливость. Об этом свидетельствуют чистые и аккуратные дома и помещения в Японии, а также продукция, созданная руками японцев.

Такой особенный образ жизни и мышления, способ производства создали условия для любознательности японцев. Как последователи буддизма японцы стремятся к новым знаниям из прагматических побуждений. В процессе познания они не абстрагируются от вещей, а стремятся к конкретике [4, 33 стр.].

Культурные традиции и особенности менталитета японцев были сформированы различными факторами, такими как географические условия, влияние зарубежных государств, духовные и философские традиции:

1) Географические условия. Географическая изолированность, относительно небольшие размеры и густонаселенность территории Японии привели к возникновению «корпоративного мышления» и сплоченности народа, осознанию важности заботы о чувствах других людей. Кроме того, частые стихийные бедствия (тайфуны, землетрясения, наводнения и оползни) стали причиной уважительного отношения японцев к природе, желания жить с ней в гармонии, вместо того, чтобы контролировать ее.

2) Влияние зарубежных государств в истории Японии. На протяжении всей своей истории Япония подвергалась влиянию таких стран как Китай, Португалия, Испания, Голландия, США. Установление контактов с промышленно развитым Западом стало толчком к развитию демократии и формированию конституционного парламента в Японии, открыло ей доступ к современным технологиям и знаниям о западном образе жизни.

3) Японские философские и религиозные традиции. Философские и религиозные традиции появились в ходе истории Японии в результате сочетания различных систем мышления. Наиболее важным явлением в истории Японии является синкретизм. Синтоистские и буддистские убеждения слились, когда буддизм был введен в Японию в VI веке, а буддизм и конфуцианство были тесно взаимосвязаны, поскольку он был введен вместе с дзэн-буддизмом. Это основная причина, по которой многие японцы не проводят четких различий между буддистскими и конфуцианскими религиозными, философскими традициями. Японская философия заинтересована в реальности нашего мира и придает особое значение тому, что удобно для повседневной жизни. Синтоизм, буддизм и конфуцианство – это три традиции, которые оказали наибольшее влияние на формирование японского бизнес-сознания [7, 107 стр.].

Основываясь на вышеописанных культурных ценностях и особенностях менталитета японцев, мы попытаемся определить роль менталитета в японском бизнесе и менеджменте. В связи с этим следует пояснить в чем заключается суть понятия «бизнес-культура». Согласно определению М. Агаты «бизнес-культура – это синтез социальных обычаев, поведения людей, организационного поведения, ожиданий общества, компании и страны и, в конечном счете, образа жизни лиц, работающих в сфере бизнеса» [8, 5 стр.]. То есть, понятие «японской бизнес-культуры» включает в себя этику, этикет, ценности и стиль работы организации. Это своего рода коктейль повседневной бизнес-деятельности, который влияет на стили управления, принятие решений или функционирование бизнеса в целом.

Согласно исследованиям экономиста и приглашенного исследователя Токийского университета Г. Гарсии существуют 13 основных японских культурных ценностей, которые следует понять для построения бизнес-отношений с японцами:

➤ Значимость межличностных отношений. В японской культуре индивиды рассматриваются в контексте их социальных отношений. Отношения имеют первостепенное значение в социальной структуре Японии, и комплекс тонких социальных норм регулирует все типы межличностных отношений.

➤ Сохранение своей чести. Возможно, одной из важнейших японских культурных ценностей является сохранение своей чести и чести чужих людей в обществе. Японцы стремятся адаптировать свои желания к требованиям других и тем самым избежать оскорбления или нанесения ущерба их общественному имиджу.

➤ Самоконтроль и самодисциплина. В кризисных ситуациях японцы пытаются сохранить самоконтроль и укрепить самодисциплину. Самоконтроль – это умение скрывать свои чувства и эмоции в любой ситуации. Самодисциплина – это способность поступать правильно, несмотря на соблазн поступить иначе.

➤ Ценность тишины. Согласно постулатам дзэн-буддизма истина не может быть описана в устной форме, но существует только в тишине, поскольку язык и слова препятствуют более глубокому познанию реальности, которая существует вне слов.

➤ Стремление к совершенству. Стремление к совершенству даже в самых маловажных вещах – это культурная ценность, которая отражает высокий уровень качества обслуживания в Японии. Перфекционизм ценится, хотя известно, что он не всегда возможен.

➤ Гибкость по отношению к переменам. В практике дзэн есть высказывание, что «самый замечательный ум подобен воде», потому что вода постоянно меняет свою форму, чтобы адаптироваться к любой окружающей среде. Гибкость достигается за счет избегания привязанностей, то есть, путем изменений и перемен. В мире с постоянными переменами нужно уметь отпускать объекты и мысли.

➤ Все меняется, и ничего не вечно. Японцы осознают непостоянство и скоротечность жизни и, таким образом, понимают, что реальность не фиксирована, но подвержена постоянным изменениям. События – это лишь временные обстоятельства, они никогда не повторяются.

➤ Значимость обстоятельств. Обстоятельства важны, потому что они могут стать причиной надлежащего поведения. Действия не считаются хорошими или плохими сами по себе, однако их смысл и ценности полностью зависят от обстоятельств, целей, времени и места. К хорошим действиям относятся те действия, которые приносят пользу обществу, в то время как действия, наносящие вред членам общества считаются плохими.

➤ Гармония между членами группы. Под гармонией подразумевается избегание прямых конфликтов в повседневной жизни. Конфликты возникают в результате отношений между людьми, а гармония между членами группы – это результат поиска подходящего способа адаптации собственных желаний к требованиям других.

➤ Членство в группе и сотрудничество внутри этой группы. Японское общество придает большое значение группе или сообществу и их социальной функции ядра, вокруг которого вращаются работа и жизнь. Таким образом, человек существует как член общества, и его поведение должно подходить для сотрудничества внутри него.

➤ Социальная иерархия и уважение к старшим. Вертикальная структура японского общества основана на конфуцианской концепции социальной иерархии, в которой четко указаны обязанности и обязательства, регулирующие отношения между людьми. Среди наиболее важных обязательств числятся уважение к пожилым людям и старшинству [9, 81 стр.].

➤ Важность соблюдения социальных норм. Концепция Ли («правила», «этикет») в конфуцианстве распространяется на кодифицированные акты повседневной жизни, этические нормы мышления, чувства и действия. Она обеспечивает каждого человека определенной позицией в семье, сообществе и обществе. В свою очередь, это позволяет

каждому решать, что следует или не следует делать при определенных обстоятельствах.

➤ Принятие неизбежного. Дзэн учит, что даже смерть можно встретить без страха, приняв его неизбежность. К тому же осознание того, что события нельзя контролировать, является толчком к принятию фактов такими, какие они есть [10, 6-8 стр.].

Вышеуказанные культурные ценности вошли в японскую культуру через идеи синтоизма, дзэн-буддизма и конфуцианства (Таблица 1). Так как эти традиции смешались в ходе японской истории, некоторые культурные ценности являются общими для разных течений и могут быть результатом синкретизма.

Таблица 1 -Краткое изложение японских культурных ценностей в бизнесе

Синтоизм	Членство в группе или сотрудничество внутри группы
	Значимость обстоятельств
	Гармония между членами группы
Дзэн-буддизм	Самоконтроль и самодисциплина
	Ценность тишины
	Все меняется и ничего не вечно
	Принятие неизбежных случаев
Конфуцианство	Стремление к совершенству
	Социальная иерархия и уважение старших
	Значимость межличностных отношений
	Важность соответствия социальным нормам
	Сохранение своей чести перед обществом

Источник: [7, 108 стр.].

Изучение влияния менталитета на японский бизнес играет важную роль в установлении экономических отношений с Японией, поскольку помогает понять образ мышления японских бизнес-партнеров. Существуют три важные характеристики японского способа ведения бизнеса, которые создают проблемы для иностранцев: значимость межличностных отношений, важность избегания прямых конфликтов и споров, значение контрактов.

Межличностные отношения (нингенканкей) являются важным условием для ведения бизнеса в Японии. Они создают взаимность между теми, кто преследуют схожие цели. Установление межличностных отношений важно, поскольку японские бизнесмены больше доверяют своим знакомым. Японцы тратят много сил и денег на установление хороших отношений с потенциальным бизнес-партнером, чтобы понять его образ мышления. Неофициальные встречи после рабочего дня играют важную роль в установлении межличностных отношений. Они также содействуют разрешению возможных конфликтов путем взаимных неофициальных консультаций (ханасияй) вместо судебных разбирательств[10, 8 стр.].

Японцы привыкли постоянно поддерживать личные контакты со своими деловыми партнерами и для этой цели они предпочитают делать личные визиты как можно чаще, чтобы лучше узнать своих бизнес-партнеров. В Японии контакты между деловыми партнерами устанавливаются через общих друзей, знакомых (шокай) или даже третью сторону (шокай-ща). Устанавливая контакты с очередным деловым партнером, японец предпочитает знать информацию об его социальной позиции в обществе, поскольку это помогает решить, какой уровень речевой вежливости использовать при общении с этим человеком[10, 9 стр.].

Переговорный процесс у японцев длится очень долго. Они предпочитают тщательно обсудить все вопросы, учитывая мнение каждого участника переговорного процесса. То есть, для японцев важно, чтобы все участники переговоров почувствовали свою значимость в принятии решений [11, 3 стр.].

Межличностные отношения между японцами сопровождаются гармонией и отсутствием конфликтов. Предотвращение прямой конфронтации является важной культурной ценностью японского общества. Как уже упоминалось, конфликты решаются путем неофициальных встреч, посредничества (чуукай) или арбитража (чуусай). Во время деловых встреч и переговоров японцы стараются говорить и поступать в соответствии с нормами (татамаэ), при этом скрывая свои истинные чувства и намерения (хоннэ). Таким образом, мы можем утверждать, что для японцев гармония ценится больше чем откровенность. Неопределенность в японском общении обычно сбивает с толку иностранцев. Однако стоит учитывать и невербальные знаки и жесты, которые могут послужить подсказкой в таких ситуациях. Например, значение молчания в разных культурах по-разному понимается. Для японцев молчание – это скорее способ передать важные эмоции и чувства. Японцы могут промолчать, когда хотят избежать прямого конфликта или выразить свое несогласие. Японцы скрывают свои истинные чувства для сохранения своей чести. Поскольку они заботятся о самоконтроле, чем о контроле других. Привычка вести себя в соответствии с социальными нормами является важным элементом для достижения гармонии в обществе [10, 10 стр.].

У иностранцев, работающих с японскими деловыми партнерами, проблемы в понимании могут возникнуть и в процессе составления и подписания контрактов, письменных соглашений между двумя сторонами. Для японцев контракты – это скорее формализация существующих отношений, а не подробная инструкция, которую нужно выполнять в точности. То есть, в Японии подписание письменного контракта не означает окончания переговоров, поскольку японцы считают, что обстоятельства могут меняться (джиджоухэнкоу), а конкретные условия контрактов теряют силу, если обстоятельства меняются. В таких случаях контракт должен быть адаптирован к изменениям для достижения взаимодополняющих результатов и поддержки долгосрочных отношений (нагайтсукай) [10, 11 стр.].

Проанализировав роль японского менталитета в бизнесе и менеджменте Японии, мы пришли к выводу о том, что каждая группа характерных черт национального характера японцев в той или иной мере оказала влияние на бизнес-отношения и способы делового управления в этой стране (Таблица 2).

Таблица 2 - Влияние особенностей национального характера японцев на бизнес и менеджмент в Японии

Общественные черты	Трудолюбие, любовь к эстетике, бережное отношение к традициям и культурному наследию прошлого, этноцентризм, практицизм	Серьезное отношение к работе; конкретное мышление, основанное на прошлом опыте;
Черты группового поведения	Дисциплинированность, преданность авторитету, чувство долга	Коллективное мышление на работе; беспрекословное подчинение начальнику; выполнение всех должностных обязанностей без нарушения правил и норм

Обыденно - житейские черты	Самообладание, бережливость, терпеливость, аккуратность, вежливость, любознательность	Строгое соблюдение правил и норм; вежливая форма общения с коллегами; аккуратность в исполнении своей работы.
----------------------------	---	---

Примечание: составлено автором.

Всем известно, что трудолюбие японского народа сильно отражается на поведении японцев на работе. Японцы готовы на большие жертвы ради своей работы и стараются выполнять ее на высоком уровне. Для них работа всегда ставится выше личных интересов, развлечений и отдыха. Иногда такой фанатизм может обернуться весьма неприятными последствиями как кароси(смерть от переработки). Япония является одной из немногих стран, где люди умирают от стресса, инфаркта или инсульта, которые стали результатом переработки [8, 5 стр.].

В процессе работы японцы предпочитают конкретику. Выполняя какое-либо задание, они опираются на прошлый опыт. Причиной тому послужило отсутствие абстрактного мышления у японцев, о котором мы уже писали выше.

Коллективное мышление оказало сильное влияние на все формы межличностных отношений, в том числе на отношения между деловыми партнерами. Как уже упоминалось, японцы больше ориентированы на предпочтения общества, нежели на собственные желания. Поэтому они стремятся не нарушать правила и нормы на работе и сохранять хорошие отношения с коллегами и начальством. Кроме того, японцы считают, что они несут большую ответственность перед своими коллегами и другими членами общества. Отсюда и серьезное отношение к работе, аккуратность при ее выполнении. Коллективное мышление также стало толчком к появлению системы пожизненного найма работников в японской бизнес-среде. То есть, отношения между предприятиями и их сотрудниками напоминают отношения между родителями и детьми[6, 86 стр.].

Многие историки, как Одака считают, что коллективизм появился еще в период Эдо (1602-1860) в деревнях, где выращивали рис. Поскольку выращивание риса требовало колоссальных усилий, жители деревень работали в группах и поддерживали друг-друга, уважали старших. Постепенно методы ведения хозяйства на рисовых плантациях начали применяться в функционировании торговых домов. В торговых домах существовали кодексы поведения, в которых содержались конкретные правила касательно пожизненного найма, порядка старшинства и коллективного поведения. Также практиковалась система профессионального обучения, по которой молодые работники получали возможность обучения и продвижения по карьерной лестнице. Эти методы переняли бизнес-организации в конце XIX века, когда в Японии шел процесс индустриализации и урбанизации. Таким образом, менталитет японцев периода Эдо дошел до наших дней и укоренился не только в общественных отношениях, но и в японском менеджменте [1, 117 стр.].

Преданность японцев авторитету привела к тому, что они всегда беспрекословно выполняют все указания начальника или вышестоящего должностного лица. Тут сыграла роль и такая черта характера японского народа как вежливость. Японцы стараются не портить отношения с начальством и коллегами и используют вежливую форму общения на работе. В любой сложной ситуации они стремятся к самообладанию и спокойствию. Пытаются принимать вещи такими, какие они есть. В бизнесе это отражается на характере ведения переговоров японцами.

В заключение можно сказать, что существуют определенные культурные ценности и особенности национального характера японцев, которые влияют на характер делового управления в Японии. Ключевые черты характера японцев делятся на три группы:

общезначеские, черты группового поведения, обыденно-жизненные. Они были сформированы под влиянием географических, исторических, религиозных, культурных и др. факторов. Стоит отметить, что для ведения бизнеса в Японии иностранцам следует взять во внимание следующие японские культурные ценности: самоконтроль и самодисциплина; гармония между членами группы; значимость обстоятельств, тишины, межличностных отношений; стремление к совершенству; принятие неизбежных случаев; членство в группе или сотрудничество внутри него; сохранение своей чести перед обществом; важность соответствия социальным нормам. Японцы стараются сначала установить неофициальные отношения с деловыми партнерами для того, чтобы в дальнейшем облегчить процесс переговоров и быстро решать конфликты. Для сохранения хороших отношений с противоположной стороной японцы используют вежливую форму общения, скрывают свои истинные чувства и намерения, а также ведут себя в соответствии с социальными нормами. Японцы ценят сам процесс переговоров и стремятся к тому, чтобы каждый участник почувствовал свою важность в принятии решений. Для них контракт – это не более чем формализация существующих отношений, и японцы не требуют строгого следования всем пунктам договора. Если меняются обстоятельства, меняется и контракт. Все эти особенности японской бизнес-среды были сформированы под влиянием тех или иных черт национального характера японцев. Например, если трудолюбие, аккуратность, чувство долга повлияли на серьезное отношение японцев к своей работе, то коллективизм, преданность авторитету, вежливость и самообладание стали причиной позитивной атмосферы в отношениях с коллегами и начальством.

Список литературы

1. Firkola P. Japanese Management Practices: Past and Present // Economic Journal of Hokkaido University. – 2006. – Vol. 35. – Pp. 115-130.
2. Тэцудо Т. Душа японца // «Восточное обозрение». – 1939. - №1. – С. 72.
3. Caudill W. The Study of Japanese Personality and Behavior // Rice University Studies. – 1970. – No 4. – Pp. 37-52.
4. Пронников В. А. Японцы / В. А. Пронников, И. Д. Ладанов. – М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1985. – 348 с.
5. Wagatsuma H. Study of Personality and Behavior in Japanese Society and Culture // Rice University Studies. – 1970. – No 4. – Pp. 53-63.
6. Корчагина А. С. Японский менеджмент. – Москва: ЛитРес, 2017. – 88 с.
7. Garcia G. Japanese Cultural Traditions and International Business / ed. by B. Christensen and J. Koeman // Nationalism, Cultural Indoctrination, and Economic Prosperity in the Digital Age. – Hershey: IGI Global, 2015. –106-126 p.
8. Franklin S. Japanese Business Culture: A Study on Foreigner Integration and Social Inclusion. – Richmond: Eastern Kentucky University, 2017. – 42 p.
9. Иногути Т. Политическая культура Японии // Ежегодник Япония. –2017.– С. 76-96.
10. Garcia G. Japanese cultural values in business relationships // Elcano Royal Institute. – 2015. – P. 12
11. Chang L. Ch. A Study on Japanese Culture and Styles of Business Negotiation // Semantic Scholar. – 2011. –P. 6

Ж. И. Испердинова

Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Жапон бизнесі мен менеджментіндегі менталитеттің алатын рөлі

Аннотация. Жапониядағы бизнес пен менеджментке әсер беретін жапондықтардың ұлттық мінез-құлқының ерекшеліктері бар. Бұл мақаланың мақсаты ұлттық мінез-құлықтың осы ерекшеліктерінің бизнес-орта мен бизнесті басқаруға ықпалын зерттеу болып табылады. Осы мақсатқа жету үшін автор жапон менеджментінің тарихи тамырларын, жапондықтардың ұлттық мінез-құлқының негізгі ерекшеліктерін және олардың қалыптасу факторларын қарастырды. Жапондық ұлттық мінез-құлық ерекшеліктерін үш топқа бөлуге болады: жалпы этникалық ерекшеліктер, топтық мінез-құлық ерекшеліктері, күнделікті тіршілік қасиеттері. Сонымен қатар, автор бизнес-мәдениет сияқты тұжырымдаманың мәнін ашып, іскерлік қарым-қатынастың, тікелей жанжалдар мен келіспеушіліктерді болдырмаудың және келісімшарттың маңыздылығы сияқты жапон бизнесінің негізгі сипаттамаларын атап өтті. Талдау нәтижесінде Жапонияда жапон менталитеті мен бизнес-мәдениеттің арасындағы байланыс анықталды.

Түйін сөздер: діл, ұлттық мінез-құлық, жапондықтар, Жапония, мәдениет, мәдени құндылықтар, бизнес, менеджмент.

Zh. I. Isperdinova

L. N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

The role of mindset in Japanese business and management

Abstract: There are features of the national character of Japanese people, which can affect business and management in Japan. The purpose of this study is to analyze the impact of these features of the national character on the business environment and business management. To achieve this purpose, the author examined the historical roots of Japanese management, the main features of the national character of Japanese people, as well as the factors of their formation. The traits of Japanese national character can be divided into three groups: common ethnic characteristics, characteristics of group behavior, characteristics in everyday life. In addition, the author defined a concept of business culture and described the main characteristics of the Japanese way of doing business, such as the importance of interpersonal relationships, avoiding direct conflicts and disputes and the meaning of contracts. As a result of the analysis, we can see the connection between the features of the Japanese mentality and the business culture in Japan.

Key words: mentality, national character, Japanese, Japan, culture, cultural values, business, management.

References

1. Firkola P. Japanese Management Practices: Past and Present, *Economic Journal of Hokkaido University*, **35**, 115-130 (2006).
2. Tjecudo T. Dusha japonca [Japanese Soul], *Vostochnoe obozrenie [East Review]*, **1**, 72 (1939).
3. Caudill W. The Study of Japanese Personality and Behavior, *Rice University Studies*, **4**, 37-52 (1970).
4. Pronnikov V. A., Ladanov I. D. Japoncy [The Japanese] (The main editors of the Oriental literature of the publishing house Science, Moscow, 1985).
5. Wagatsuma H. Study of Personality and Behavior in Japanese Society and Culture, *Rice University Studies*. **4**, 53-63 (1970).
6. Korchagina A. S. Japonskij menedzhment [The Japanese management] (LitRes, Moscow, 2017).
7. Garcia G. Japanese Cultural Traditions and International Business, ed. by B. Christensen and J. Koeman, *Nationalism, Cultural Indoctrination, and Economic Prosperity in the Digital Age* 106-126 (Hershey, IGI Global, 2015).

8. Franklin S. Japanese Business Culture: A Study on Foreigner Integration and Social Inclusion, Richmond: Eastern Kentucky University, fall, 42 (2017).
9. Inoguti T. Politicheskaja kul'tura Japonii [The political culture of Japan], Ezhegodnik Japonija [Japan Yearbook], 76-96 (2017).
10. Garcia G. Japanese cultural values in business relationships, Elcano Royal Institute, 12 (2015).
11. Chang L. Ch. A Study on Japanese Culture and Styles of Business Negotiation, Semantic Scholar, 6 (2011).

Сведения об авторах:

Испердинова Ж.И. – Магистрант 2-курса кафедры востоковедения, факультета международных отношений, Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, ул. Сатпаева 2, Астана, Казахстан.

Isperdinova Zh.I. –Second year master's degree student of the Faculty of International Relations, L. N. GumilyovEurasian National University,Satpayev str., 2, Astana, Kazakhstan.