

ВИКОРИСТАННЯ ЗАКОНІВ ЛОГІКИ В ЕКОНОМІЦІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ СИНЕРГІЧНОСТІ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН З ІНОЗЕМНИМИ ПАРТНЕРАМИ

© Ульянова А. М., 2004

Розглянуто застосування логічних законів в економіці та ділових відносинах всередині організації та із зовнішнім середовищем зокрема. Запропоновано якісно новий підхід з боку законів логіки до комунікаційного процесу та якісного складу інформації, що передається при цьому.

The laws of logics and their practical use in the economics and in business relationships inside the organisation and with the outer environment are described in the article. The new approach from the side of logic laws to the communicational process and quality structure of the information, which is transmitted in it, is viewed in the article.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сьогодні, коли економічні проблеми та проблеми управління організацією як системою постають більш глобально, необхідним є застосування нового підходу до вивчення економіки як науки. Синергетика об'єднує знання між різними дисциплінами, при цьому спирається на внутрішні, а не зовнішні чи маргинальні проблеми науки. Вона ставить акцент на принципах побудови організації, її виникненні, розвитку та вдосконаленні. Оскільки інформація є в організації тим, що з'єднує її елементи, необхідним є дослідження її якісного характеру та каналів, якими вона просувається.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Останні дослідження та публікації присвячені окремо або законам логіки, або синергетиці та синергичності. Володимир Бердинських у статті “ Синергетика – палочка-выручалочка Человечества ?” трактує синергетику як “ програму міждисциплінарного об'єднання знань ”, тобто поєднання знань різних наук для отримання якісно нового результату. У статті Ю.А. Данилова та Б.Б. Кадомцева “ Что такое Синергетика?” зауважено, що “на відміну від більшості нових наук, які виникали, як правило, на перетині двох раніше існуючих наук і які характеризувалися проникненням методу однієї науки в предмет іншої, Х-наука [тут Синергетика] виникає, спираючись не на граничні, а на внутрішні точки різноманітних наук, з якими вона має ненульовий перетин” [11]. Г. Хакен, який запропонував термін “ синергетика” помітив, що “між поведінкою різних систем, які вивчаються різними науками, існують дійсно дивовижні аналогії. <...> Синергетика існує не сама по собі, а пов'язана з іншими науками принаймні дwoяко. По-перше, системи, які вивчаються синергетикою, відносяться до компетенції різних наук. По-друге, інші науки привносять в синергетику свої ідеї” [11]. У статті Є.Н. Князевої та С.П. Курдюмова “Синергетика и принципы коэволюции сложных систем” стверджується, що “розробка синергетичної методології філософами та її використання вченими-економістами, політологами, психологами, соціологами і т. д., спеціалістами математиками <...> може дозволити змоделювати в принципі спектр можливостей соціального розвитку, визначити сценарії майбутнього <...> геополітичних утворень та систем світу” [12]. Синергетика, на їхню думку, може “стати основою для стійкого розвитку країн та регіонів у сучасному нестабільному світі” [12]. Отже, виникає необхідність міждисциплінарного поєднання знань в різних науках. У статті, зокрема, розглянуто підхід з боку законів логіки до економіки.

Цілі статті. Дослідження впливу ефективного використання законів логіки в комунікаціях для досягнення синергічності у ділових відносинах з іноземними партнерами, вивчення якісного складу інформації, її комунікаційних каналів та впорядкування цілей організації та організаційних комунікацій за допомогою законів логіки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Закони логіки мають загальнолюдський характер. Для кращого взаєморозуміння люди керуються одними і тими самими законами мислення, незалежно від раси, нації тощо. Загальнолюдський та універсальний характер законів логіки проявляється в тому, що вони діють у всіх сферах людського мислення.

Закони логіки утворюють внутрішній, необхідний, суттєвий зв'язок між думками, оскільки “ виражають структуру завжди істинного висловлення (тавтологію) ” [1]. Завдяки законам логіки людина може правильно міркувати, запобігати суперечностям та непорозумінням.

Особливо важливим є застосування законів логіки у ділових відносинах, в сфері економіки. Сьогодні, коли Україна вступає в нову стадію становлення тісних міжнародних економічних зв'язків з іншими державами, застосування законів логіки у ділових відносинах не лише з вітчизняними, але й особливо з іноземними партнерами є необхідністю.

Лише теоретично, або “в ідеалі” можна вважати, що предмет однієї науки знаходиться під впливом певних, раніше визначених факторів. Однак на практиці існує взаємопроникнення дисциплін. Сьогодні все більшої уваги заслуговує з цієї точки зору синергетика, яка є “програмою міждисциплінарного об'єднання знань” [9]. “Синергетика – напрямок у <...> філософії науки , міждисциплінарний аналіз наукових ідей, методів і моделей складної поведінки, розкритті їх потенціалу” [11]. Вебстерський словник (Webster's Ninth New Collegiate Dictionary) визначає синергізм як “взаємодію незалежних частин або агентів таким чином, що загальний ефект є більшим за сумарний ефект окремих частин чи окремих агентів”. Тому для розв'язання проблем глобального характеру необхідним є вивчення синергетичних ефектів та використання синергетичного підходу на практиці.

З теорії менеджменту процес управління цілеспрямовано діє на керований об'єкт, і вплив цей має зазвичай інформаційний характер, тобто саме інформація здійснює зв'язок між елементами системи та із зовнішніми системами. Отже, оскільки закони логіки визначають якісно інформацію та запобігають виникненню непорозумінь та неоднозначностей, то вони [закони логіки] визначають якісне функціонування системи відносин, взаємодію між її елементами, зовнішнім середовищем, визначають взаємоузгодженість інформаційних потоків, а тому бажаного із очікуваним результатом.

Саме з цієї точки зору ефективним є використання теорії синергетики. Термін “синергетика” походить від грецького “синергена”, що означає “сприяння”, “співробітництво”. Запропонований Г. Хакеном, цей термін акцентує увагу на узгодженості взаємодії частин при утворенні структури як єдиного цілого [8]. Тобто для досягнення мети співробітництва необхідною є координація окремих цілей партнерів. Окрім того, локальні цілі повинні підпорядковуватись цілям більш масштабним та глобальним. “Синергетика встановлює співвідношення між мікрорівнем індивідуальних рішень та макрорівнем динамічних колективних процесів у суспільстві і дає стохастичний опис макродинаміки” [10] .

Синергетика є теорією самоорганізації.

У даному випадку метою є побудова партнерських взаємовідносин у вигляді організації (в значенні “стійка система відносин”), їх виникнення, усталення й розвиток. Синергічність спрямовує дії та впливи в системі, що призводить до підсилення кінцевого результату. При високому рівні узгодженості підсистем система впорядковується, тобто посилюється її синергічність. У даному дослідженні ми розглядаємо такий синергетик, як узгодженість інформаційних потоків за допомогою законів логіки.

Для дотримання законів логіки необхідною є інформація про психологію і соціальну структуру суб'єктів, які приймають та передають інформацію (працівники) про освіту, вік, стать, національність,

етику, погляди, звичаї, культуру, на основі чого можливою є побудова ефективної системи організації. Організації необхідно враховувати інваріантні властивості зовнішнього середовища, що забезпечить переваги з точки зору прийняття рішень, різноманітні впливи та фактори.

Основними законами формальної логіки є:

- 1) закон тотожності;
- 2) закон суперечності;
- 3) закон виключеного третього;
- 4) закон достатньої підстави.

Закон тотожності

“Кожна думка про конкретний предмет у конкретному міркуванні повинна зберігати один і той самий визначений зміст” [1].

Для того, щоб у процесі ділових партнерських відносин виконувався цей закон, думка повинна бути однозначна, тобто тотожна сама собі. Однак існують певні бар'єри або перешкоди, які заважають думці бути однозначною при передачі її від об'єкта один до об'єкта два.

Умовно можна виділити такі нижчерозглянуті перешкоди:

1. **Семантичні перешкоди** є особливо важливими для вивчення при налагодженні ділових відносин з іноземними партнерами. Семантика вивчає спосіб використання слів та значення (зміст понять), які передаються словами. Оскільки слова можуть інтерпретуватися по-різному різними людьми, а особливо при комунікації між носіями різних мов, то інформація, подана відправником (суб'єктом один), не буде тотожна інформації, яка сприйнята отримувачем (суб'єктом два), тобто порушиться закон тотожності.

Наприклад, українською мовою термін “повноваження” передається англійською як “authority” [7]. Останнє, в свою чергу, в англійській мові має декілька різних значень:

- повноваження – обмежене право використовувати ресурси організації і скеровувати сили її співробітників на виконання певних завдань;
- люди або організація, яка відповідає за певну територію або країну (управлінський апарат);
- експерт або авторитетна людина (“авторитет”);
- офіційний дозвіл зробити певну дію.

Інший приклад “bonds” [5] в перекладі українською мовою може мати такі значення:

- зв'язок, узи;
- окови, тюремне ув'язнення;
- боргове зобов'язання;
- митні закладні;
- облігації тощо.

2. **Перепони, обумовлені суб'єктивним сприйняттям об'єктивних фактів** виникають тому, що дійсність для людини визначається не об'єктивною реальністю, а саме тим, що вона про цю дійсність думає або як сприймає її, відтворюючи у своїй свідомості. Суб'єкти комунікації можуть по-різному сприймати інформацію залежно від накопиченого досвіду, емоційного та психофізіологічного стану, зовнішнього середовища тощо. Відповідна інформація, яку несе думка, може бути:

- викривлена свідомо чи несвідомо;
- сприйнята частково;
- “понадсприйнята” (тобто як цю думку суб'єкт-отримувач інформації може сприймати та інтерпретувати не тільки її саму, але й додаткові власні думки, які могли й не існувати з боку суб'єкта-відправника інформації).

Думка може бути також неправильно сприйнята через упередженість мислення отримувача інформації.

3. **Перепони, пов'язані з неякісними каналами зв'язку**, – це шуми у телефонних розмовах, невміння слухати, дефекти мовлення, тривалий проміжок часу між відправленням інформації та її

отриманням тощо. Такі перешкоди можуть призвести до суттєвих викривлень у змісті та обсязі інформації, її часткової або повної втрати.

4. **Невербальні перепони**, які пов'язані з тим, що усні повідомлення сприймаються не тільки через слова, але й через вираз обличчя, пози і жести, через інтонацію, модуляцію голосу, його плавність. Невербальні перепони – це перепони, що пов'язані з будь-якими символами, окрім слів.

Наприклад, японці часто промовляють слово “hai” і кивають головою, що перекладається як “так”, але означає “ я вас розумію”, а не “ так, я згоден з вами”[6].

5. **Неточне знання змісту предмета обговорення**

Найчастіше в такому випадку використовують заміну понять, які не можна взаємозамінювати або плутають поняття.

Основною вимогою до закону тотожності є те, що не можна ототожнювати неототожнювані думки і не можна тотожні думки розглядати як нетотожні, відмінні. “ Як нелогічне ототожнювання відмінного, так нелогічне і розрізнення тотожного”[2].

Для того, щоб дотримуватися закону тотожності у ділових відносинах з іноземними партнерами, необхідно враховувати такі аспекти:

- чітке виділення предмета обговорення; визначення його змісту;
- чіткий дефініційний апарат на даний момент (не виключає в майбутньому доповнення й розвитку);
- визначений обсяг і зміст основних використовуваних понять;
- вміле використання синонімів та омонімів;
- однозначність думок та їх висловлення;
- можливість формалізації думок для уникнення перепон, пов'язаних з невербальними комунікаціями, різним сприйняттям тощо;
- формування каналу зворотного зв'язку, при наявності якого суб'єкт-відправник і отримувач інформації міняються ролями і можуть визначити, чи зміст інформації був сприйнятий отримувачем саме таким, який вклав у неї відправник.

Закон суперечності

“Протилежні думки про один і той самий предмет в один і той самий час, в одному і тому самому відношенні не можуть бути одночасно істинними” [1].

Тобто одне і те саме поняття, один і той самий визначений предмет не може на даний момент часу мати і не мати одну й ту саму ознаку. Важливою тут є одночасність, оскільки економічні процеси перебувають в динаміці, тому властивості, що на певний момент часу є істинними, можуть виявитись хибними для того ж показника на інший момент часу.

Наприклад, твердження, що зовнішньоторговельний оборот України у мільярдах доларів США у 1998 році становив 32,5 , а в 1999 році – 28,1 , не суперечать одне одному. Однак, якщо б не був визначений час і відношення (в даному випадку одиниці виміру), то можна було б говорити про суперечність даних тверджень.

Виявлення суперечностей у висловленні думок – необхідна умова для їх вдосконалення чи заміни хибних тверджень, а також налагодження партнерських стосунків з іноземними суб'єктами економічної діяльності.

Закон виключеного третього (tertium non datur)

“Дві суперечливі думки про один і той самий предмет, в один і той самий час, в одному і тому самому відношенні не можуть бути одночасно ані істинними, ані хибними, одна з цих думок істинна, а друга неодмінно хибна, третього бути не може”[1].

Даний закон забезпечує несуперечливість і послідовність мислення.

Особливістю використання закону ‘tertium non datur’ в ділових відносинах є неможливість ухилятися від вибору одного з двох суперечливих рішень і пошуку середнього рішення; цей закон вимагає давати зрозумілі, чітко визначені відповіді на поставлені запитання.

Закон достатньої підстави

Будь-яка істинна думка повинна мати достатню підставу [2]. Тобто будь-яка думка сприймається як істинна тоді, коли вона обґрунтована, доведена.

Отже, наводяться інші думки, які є достатньою підставою (логічна підстава) для визнання істинності першої (логічний наслідок). Однак і перша логічна підстава повинна мати свою логічну підставу. Межею обґрунтування думок є очевидність, аксіоми, закони і теорії.

Для прикладу, документи можуть бути наочним представленням закону достатньої підстави.

Цей закон є особливо важливим у ділових відносинах з іноземним партнерами, оскільки повідомлення або думки не можна вважати істинними без достатньої підстави. Він забезпечує обґрунтованість, доказовість мислення, його неоголошеність.

Основні помилки, які допускаються при порушенні законів логіки, відомі в логічній науці як софізми і паралогізми.

Софізм – навмисна помилка. Її використовують ті, хто хоче ввести суб'єкта-отримувача інформацій в оману, надати вигляд істинності хибній думці з допомогою логічного виправдання. Врахування софістичних прийомів є обов'язковою передумовою ведення справ з будь-якими партнерами.

Паралогізми допускаються ненавмисне, зазвичай за причиною незнання логічних правил.

Для налагодження відносин висловлення думок повинно бути:

- визначеним;
- несуперечним;
- послідовним;
- обґрунтованим.

Порушення законів логіки веде до неправильності і нелогічності мислення, а відтак до непорозумінь та обману, розбіжностей між очікуваним і тим, що матиме партнер в дійсності.

Висновки. Отже, в статті розглянуто новий підхід до вивчення ділових відносин в економіці. Запропоновано синергетичний підхід, як об'єднання знань між різними дисциплінами (у даному випадку, підхід з боку законів логіки до економічного співробітництва між іноземними партнерами). Використання законів логіки є обов'язковим при визначенні мети економічної системи (співробітництва). Оскільки інформація є тим елементом в організації, який з'єднує її елементи, необхідним є дослідження її якісного характеру та каналів, якими вона просувається.

Запропоновано якісно новий підхід з боку законів логіки до комунікаційного процесу та якісного складу інформації, що передається при цьому, досліджено вплив їх ефективного використання для досягнення синергичності ділових відносин, впорядкування організаційних комунікацій за допомогою законів логіки.

Для досягнення мети організації необхідним є, окрім використання законів логіки, їх координування, узгодженість цілей суб'єктів як елементів системи-організації для досягнення мети. Тобто короткострокові цілі повинні бути підпорядковані довгостроковим, а останні, в свою чергу, – меті організації.

1. Гладунський В. Н. Логіка. – Львів, 2003.
2. Жеребкін В. С. Логіка: Підручник. – К., 2002.
3. Тофтун М. Г. Логіка: Посібник. – К., 2002.
4. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М., 1992.
5. Мюллер В. К. Англо-русский словарь 53000 слов. – М., 1991.
6. Arthur A. Bushkin. "How to Read Your Japanese Partners' Hai Signs". *The Wall Street Journal*, May 12, 1986.
7. Longman Dictionary Contemporary English, 1995.
8. Яцевич А.В. Самоорганизация и синергетика. СпбГУЭФ, Кафедра систем технологий и товароведения, март 1999.
9. Бердинских В. Синергетика – "палочка-выручалочка" человечества? (http://www.skyzone.al.ru/tech/syn_humanity.html).
10. Князева Е. Н. Сложные системы и нелинейная динамика в природе и обществе. (<http://www.iph.ras.ru/~mifs/rus/ih3.htm>).
11. Данилов Ю.А., Кадомцев Б.Б. Что такое синергетика? (из книги *Нелинейные волны. Самоорганизация.* – М.: Наука, 1983. http://rusnauka.narod.ru/lib/physic/sinerget/what_is_it.htm).
12. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Синергетика и принципы коэволюции сложных систем. (http://sky.kuban.ru/socio_etno/iphRAS/~mifs/kurdyu-1.htm)