



MỘT KHÁI NIỆM KINH TẾ HỌC MỚI:

Nhìn qua diễn trình phát triển kinh tế-xã hội của loài người, chúng ta có thể thấy rằng những tiến bộ trong lãnh vực khoa học-kỹ thuật bao giờ cũng có một ảnh hưởng quyết định đối với quá trình phát triển kinh tế, và chính sự tiến bộ khoa học và kinh tế này sẽ khẳng định hình thái và nội dung văn hoá của một xã hội.

Xét theo quan điểm nói trên, toàn bộ lịch sử kinh tế của loài người có thể được chia ra làm ba thời kỳ phát triển khác nhau:

- Kinh tế cơ bắp: Thời kỳ này kéo dài từ khi con người xuất hiện lần đầu tiên trên trái đất cho đến cuối thế kỷ 18 và được chia làm hai giai đoạn khác nhau: giai đoạn săn mồi, du mục và giai đoạn định canh, phát triển nông nghiệp. Nói chung, trong thời kỳ này, con người chủ yếu sử dụng sức mạnh của cơ bắp để tác động vào tự nhiên nhằm thoả mãn nhu cầu hết sức đơn giản và thô sơ của mình.

- Kinh tế cơ khí: Nền kinh tế này được bắt đầu bằng cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất xảy ra tại nước Anh vào cuối thế kỷ 18 và đầu thế kỷ 19. Cuộc cách mạng công nghiệp đó chính là kết quả của hai sáng chế quan trọng: máy hơi nước của James Watt và cách nấu sắt của Henry Cort. Trên phương diện triết học, tư tưởng duy lý của Descartes đã đặt nền móng cho sự hình thành và phát triển của các khoa học thực nghiệm và khoa học chính xác. Các sáng chế, phát minh (máy nổ, phát điện, kỹ thuật truyền thông...) ngày càng nhiều. Ở kinh doanh được khuyến khích và phát triển mạnh. Nhìn chung, trong thời kỳ này, sức mạnh của máy móc đã thay thế được sức mạnh cơ bắp của con người. Lực lượng sản xuất phát triển ngày càng mạnh, thoả mãn được nhu cầu ngày càng đa dạng và có tính chất phức hợp của con người. Xã hội rẽ một bước ngoặt quan trọng từ nông nghiệp sang công nghiệp.

- Kinh tế cơ trí: (Kinh tế trí tuệ): Nếu cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất đã giải phóng sức lao động chân tay của con người thì cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai giải phóng sức lao động trí óc, hay nói cách khác, làm tăng thêm khả năng và sức mạnh trí tuệ của con người. Trí tuệ hoá lực lượng sản xuất bằng các phương tiện thích ứng là một yêu cầu có tính qui luật trong thời đại của kinh tế trí tuệ. Hiện nay, vẫn có nhiều ý kiến khác nhau về thời gian ra đời chính thức của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai và của nền kinh tế trí tuệ. Trên phương diện tư tưởng, sự xuất hiện của chủ nghĩa duy lý hiện đại (rationalisme moderne) đã tạo ra một tiền đề quan trọng cho sự hình thành một trạng thái kinh tế mới. Nền kinh tế trí tuệ cũng là nền kinh tế mà tính chất duy lý của nó được đẩy lên đến mức cao nhất và toàn diện nhất (ở đây cần phân biệt duy lý hiện đại với duy lý cổ điển với những tác giả như Descartes, Kant...). Năm 1947, N.Wiener đã cho xuất bản một quyển sách đặc biệt nhan đề là "Cybernetics" (Điều khiển học), đánh dấu một bước ngoặt quan trọng trong lịch sử hình thành và phát triển các hệ thống tự điều khiển, mở ra một kỷ nguyên khoa học-kỹ thuật mới.

Sự phổ biến máy tính điện tử trong các thập niên sau đó đã mở màn cho một thời đại mới: thời đại "hậu kỹ nghệ" (cũng có khi được gọi là thời đại "điện kỹ"). Sự xuất hiện của một khoa học mới được mệnh danh là khoa học trí tuệ nhận tạo đã làm cho tính chất trí tuệ của nền kinh tế càng được tăng cường thêm ở tất cả khía cạnh: sản xuất, phân phối, tiêu thụ, lập chương trình và kế hoạch phát triển.

Dưới đây là một số nét đặc trưng chủ yếu của nền kinh tế trí tuệ:

Về phương diện thông tin: Thông tin đã trở thành một yếu tố sản xuất quan trọng bên cạnh các yếu tố cổ truyền khác: đất đai, lao động, tài nguyên, kỹ thuật. Tính hiệu quả của nền kinh tế trí tuệ thể hiện ở mức độ thu thập và khả năng xử lý thông tin của nó. Tâm lý học xử lý thông tin được hình thành và đó chính là sự kết hợp các phương pháp nghiên cứu cổ điển của tâm lý học với các phương pháp và phương tiện của kỹ thuật tin học, trí tuệ nhân tạo để đưa tâm lý học trở thành một khoa học có khả năng tác động mạnh mẽ đến lực lượng sản xuất của xã hội.

Về phương diện năng lượng: Bên cạnh các nguồn năng lượng "cổ điển" có tính chất tự nhiên như dầu mỏ, địa nhiệt, mặt trời, con người ngày càng chú trọng hơn đến một nguồn năng lượng chưa nghiên cứu được bao nhiêu: năng lượng tinh thần. Con người ngày càng ý thức được rằng không phải chỉ có những nguồn năng lượng vật chất mà còn có cả những nguồn năng lượng tinh thần đã quyết định bộ mặt và số phận của nền văn minh nhân loại. Ngày nay, hàm lượng trí tuệ của một sản phẩm hàng hoá ngày càng được nâng cao và chỉ có những sản phẩm nào được đầu tư trí tuệ ở mức độ cao mới có khả năng cạnh tranh mạnh mẽ nhất. Với ý nghĩa đó, các khoa học nhân văn nói chung và các khoa học tinh thần nói riêng đang được đặt lại trong một bối cảnh nghiên cứu hoàn toàn mới.

Về phương diện sản xuất và thị trường: Do áp dụng các kỹ thuật tự động hoá và robot hoá trên hầu hết các khâu trọng yếu của dây chuyền sản xuất, năng suất lao động sẽ đạt đến mức cao chưa từng có trong lịch sử. Một sự sung mãn về hàng hoá thuộc nhiều chủng loại khác nhau đòi hỏi phải có sự thay đổi triệt để trong các khâu phân phối và tiêu thụ để cơ cấu sản xuất mới tránh bị tổn thương do các áp lực từ bên ngoài đưa tới. Tính chất đa chức năng của các công ty và các hàng hoá là một trong những đặc điểm nổi bật nhất của thời kỳ kinh tế trí tuệ. Các công ty không thể chỉ chú trọng đến chức năng sản xuất đơn thuần như trong thời kỳ kinh tế của "ống khói các nhà máy" mà phải biết mở rộng hoạt động của mình sang các lĩnh vực khác, cùng liên kết với các lực lượng khoa học, giáo dục và các lực lượng khác của xã hội trong quá trình tiến đến nhất thể hoá khoa học-giáo dục-sản xuất. Những loại hàng hoá "thông minh" sẽ được sản xuất nhiều hơn, đáp ứng đồng thời nhiều nhu cầu khác nhau của con người trong đó nhu cầu tự thể hiện và nhu cầu thẩm mỹ được đặc biệt coi trọng (Thẩm mỹ chính là một hình thái

PHÁT TRIỂN KINH TẾ

KINH TẾ TRÍ TUỆ

TRẦN TRUNG PHƯƠNG

cao cấp của trí tuệ). Ý nghĩa của từ "hàng hoá" được mở rộng ra rất nhiều, nó bao gồm không chỉ những loại hàng hoá nhỏ bé, tầm thường như cây kim, sợi chỉ mà còn cả những thứ "siêu hàng hoá" đặc biệt khác, từ những nhà máy cỡ trung bình trở lên được xây dựng hoàn chỉnh và được vận hành theo những phương thức hết sức linh hoạt, đa dạng cho đến cả một khu công nghiệp khổng lồ cũng có thể là đối tượng của quá trình kinh doanh. Chất xám của các chuyên gia cao cấp sẽ được trả với một giá khổng lồ bởi vì đó chính là một thứ hàng hoá đặc biệt nhất, một thứ năng lượng có khả năng điều hành bộ máy kinh tế vận chuyển theo một nhịp độ nhanh đến chóng mặt.

Trong lĩnh vực thị trường, cả hai quá trình phi thị trường hoá quốc nội và quốc tế hoá thị trường trong nước cùng tồn tại song song với nhau và cùng tiến đến một mục tiêu chung: xây dựng một thị trường chung có tính toàn cầu. Nhưng trước khi đi đến mục tiêu cuối cùng này, loài người còn phải trải qua một giai đoạn dài thực hiện các liên kết kinh tế có tính chất khu vực nhằm đối phó với những đối thủ kinh tế hiện thực hoặc tiềm năng. Quá trình thị trường hoá thế giới đang diễn ra với nhịp độ ngày càng nhanh và có lẽ đến đầu thế kỷ 21, sau sự kiện châu Âu hợp nhất vào năm 1992, người ta sẽ chứng kiến khả năng nhất thể hoá nền kinh tế thế giới bắt đầu trở thành hiện thực.

Về phương diện tài chính, ngân hàng: Cùng với sự biến đổi sâu xa trong lĩnh vực khoa học và sản xuất, các định chế tài chính phải đối phó với những thử thách rất to lớn để thích nghi hơn nữa với quá trình trí tuệ hoá nền kinh tế thế giới. Cách huyền gia đang bắt đầu nói đến một cuộc cách mạng trong lĩnh vực tài chính và ngân hàng. Với cuộc cách mạng này, tin học hoá các hoạt động tài chính, ngân hàng chỉ mới là một bước khởi đầu mà thôi. Tất nhiên, sự chênh lệch về trình độ phát triển kinh tế giữa các quốc gia không cho phép xây dựng một nền tài chính thống nhất trên phạm vi toàn thế giới. Nhưng với sự xây dựng một hệ thống các thiết chế tài chính quốc tế, trong đó Ngân hàng thế giới giữ một vị trí trung tâm, cùng với sự cạnh tranh các nghiệp vụ tài chính-ngân hàng sẽ cho phép rút ngắn khoảng cách giữa các quốc gia giàu và các quốc gia nghèo. Song vẫn có ý kiến cho rằng hiện nay vẫn còn quá sớm để đánh giá một cuộc cách mạng trong lĩnh vực ngân hàng-tài chính sẽ thực sự có lợi cho ai, cho các nước giàu hay các nước nghèo...

Tóm lại, ở các quốc gia có trình độ phát triển cao, nền "kinh tế trí tuệ" vẫn đang vận động mạnh mẽ tiến về phía trước và không ai có thể dự báo một cách đầy đủ nhất tất cả khía cạnh của nền kinh tế này, cũng như không thể nói trước nền kinh tế trí tuệ sẽ kéo dài trong một thời gian bao lâu...

TTP

(Tài liệu tổng hợp)

SỐ 6. THÁNG 1.1991

TẢN MẠN VỀ "NỤ CƯỜI TRONG DU LỊCH"

Con người trong du lịch là nhân tố quan trọng có ý nghĩa quyết định. Không những quan trọng trong việc quản lý, hướng dẫn, điều hành mà còn quan trọng trong việc chiêu chuộng đáp ứng những nhu cầu của du khách, bởi trước hết con người có nụ cười. Nụ cười được ví như "vật tư không mất tiền mua" nó không như tivi, máy điều hòa nhiệt độ... là những tiện nghi thuộc về vật chất.

Tuy nhiên vận dụng nụ cười trong du lịch rất khó. Người tiếp viên, người phục vụ, người hướng dẫn vốn thanh sắc bầm sinh, có duyên dáng nhưng còn phải biết lịch sự và tế nhị, cười với khách đúng lúc, đúng chỗ, không thô thiển. Mặc dù trời phú vẻ đẹp cho nụ cười, người làm du lịch rất khổ tâm, không dám cười hết mình, không thể cười toe toét vì có sự ràng buộc của nụ cười nghiệp vụ. Phải biết vận dụng đúng lúc, đúng chỗ. Không thể cười đang lúc du khách lúng túng bởi mất mát một vật gì, hoặc có tâm trạng bực bội, đang ngỡ ngàng thô vụng trong động tác không quen hoặc trong trang phục riêng của họ. Khi tiếp xúc với khách ở mọi nơi như trong chuyến du ngoạn, trong một trò chơi lớn, trong đêm lửa trại, là người chủ nhà, nụ cười nghiệp vụ biết tự kiềm chế đúng mức, không quá xoi xoi, vờ vập mà phải là nụ cười chiêu đáp, khích lệ đối với khách - Người ăn nhân của mình.

Các nhà nghiên cứu tâm-sinh lý học thế giới đều nhất trí: cười thoải mái là liều thuốc bồi dưỡng sức khoẻ của con người, có tác dụng làm tăng tuổi thọ. Chính vì lẽ có sự phân tích ấy mà mục đích chuyển đi của du khách cũng muốn làm giảm những "stress" qua tiếng cười, trợn cười bổ ích, thoải thích. Khách cần tìm niềm vui qua tiếng cười, chủ nhà bày tỏ lòng hiếu khách, lịch duyệt, chiêu đáp khách cũng qua nụ cười. Cái cười trong du lịch rất đa dạng phong phú. Cười hà hề vui thú được ví như món ăn ngon tinh thần-nhưng, cả những lúc gặp chuyện bực mình nhưng vì lịch sự tế nhị, người ta vẫn có những nụ cười thể hiện tâm trạng. Ta gọi đó là buồn cười, là cười gượng... Buồn cười bởi những nghịch lý sơ đẳng đang tồn tại trong địa hạt du lịch của chúng ta, nhất là khi gây ra những phiền hà về thủ tục hay qui chế "Tiền hậu bất nhất".

ML.

