

□ 刘凤军

论市场协同发展

市场作为商品市场与要素市场有机结合的总体或系统,其存在与发展关系到国民经济的发展。就现状而言,我国的市场发展正面临着如何选择其发展模式以适应计划经济向市场经济过渡的问题,所以,选此进行研究,对完善市场体系、促进社会主义市场经济体制的建立与市场经济的有效运行有重大的理论价值和现实意义。

一、市场协同发展模式设计

协同学作为研究开放系统在保证与外界有物质、能量和信息交换的条件下,如何自发地产生有序结构的理论,它运用协同效应原理科学地、全面地说明了系统的有序性,描述了各种系统从无序到有序转变的共同规律。其核心是探求描述系统行为与自组织程度的一个或几个序参量、研究序参量和子系统之间的相互作用、研究各序参量之间的协作与竞争,进而运用序参量的变化来揭示系统从无序到有序的转化。协同学理论认为,虽然各种系统千差万别,性质不同,但它们从无序到有序转变的机制是类似的,甚至是相同的,即在一定的外界环境条件下,系统从无序到有序都是系统内部各要素、子系统之间的协同作用。也就是说,这种协同作用是形成开放系统有序结构的动因。开放系统形成有序结构的共同规律是:第一,只有当某个外参量达到一定的阈值时,新的有序结构才能产生,而且具有突变性;第二,新的有序结构一旦出现,即具有一定的稳定性,不会因外界环境条件发生微小的变化而消失;第三,新的有序结构只有不断地从外界获得能量、物质和信息,才能维持下去。

根据协同学理论,市场这个开放系统的有序结构的形成依赖其内部各子系统或各要素的非线性相互作用,众所周知,线性作用具有单向性,有因果关系,不会产生相互作用,而是成正比地均匀增长,没有周期振荡;而非线性作用则以多向性为其主要特征,它有发生相互作用的机制,有转折突变点,有发生、发展、消亡的生命周期,有不成比例的量的增大。任何一个系统的各子系统或要素之间都具有线性作用和非线性作用,也可以说是线性和非线性的统一。“对封闭的平衡系统来说,有非线性作用,但主要表现为线性作用,是因果关系的,决定论的,对开放的非平衡系统来说,有线性作用,但主要表现为非线性作用。”(胡传机,1989)即处于开放的非平衡态的市场系统的各构成要素之间的作用是一种非线性相互作用。

市场系统内部各要素、子系统之间产生良性的非线性作用进而使市场形成有序结构是以市场系统的序参量与外参量为驱动力的。序参量作为市场系统发育过程中状态变量中的慢变量,其变化的方向及幅度直接影响着市场系统的有序程度。因此,序参量是衡量市场系统内部组织状态的重要指标。从我国市场发育现状看,市场主体(主要指生产经营者,包括营销中介)不能按市场经济规律规范自己的市场行为,不善于运用科学的方法从事市场活动。由此可见,市场主体行为

失常是制约我国市场健康发展、有序运行的重要因素,也是市场系统的序参量。

必须说明的是,作为市场主体的生产者、各种营销中介以及消费者的市场活动或行为“不正常”也是市场系统外参量弱小的反映。我们知道,虽然外参量来自市场系统外部,但因它具有影响、制约甚至控制市场的作用而使其成为市场系统得以存在与发展的必要条件。也正因如此,市场外参量被称为衡量市场系统外部环境的重要指标,它对市场系统的演化起支撑作用。透视目前我国市场运行环境,在产权上、在政府职能转变上、在法规建设与实施等方面还存在着不利于市场有序结构形成的制约因素,表现为非良性。可见,市场系统的外参量主要是法规和政策。

市场有序结构形成主要决定于市场序参量和外参量的协同作用,但这并不能说明有序结构具有超稳定性,一成不变。在市场体系运行过程中,有序结构形成之后还会受外界条件的改变而蜕变到混沌状态,所以,市场系统应不断地从系统外界获取物质、能量和信息。只有这样,市场的有序结构才能维持下去。也就是说,只有不断地施以有效的宏观调控,在市场机制的作用下市场体系才能有序地运行。

市场发展模式作为市场发展的总体构想,它应根据现有的市场发展状况(即基础条件)和未来发展可能进行设计,同时,要遵循科学的理论。从现实看,我国正处在计划经济向市场经济过渡的时期,市场体系已初步形成,市场运行机制一定程度地发挥着调节作用,宏观调控作用也收到一定的效果;在未来市场经济条件下,随着企业市场主体化程度的增强、市场规则的完善以及宏观调控体系的健全,社会经济秩序将会得到相应的理顺,市场必将按协同发展模式发展,进而使其成为开放式的、有良好的市场运行环境、市场机制充分而有效地发挥作用、高效有序运行的市场。这是符合协同学理论的市场发展模式。其基本框架简图如图 1 所示。

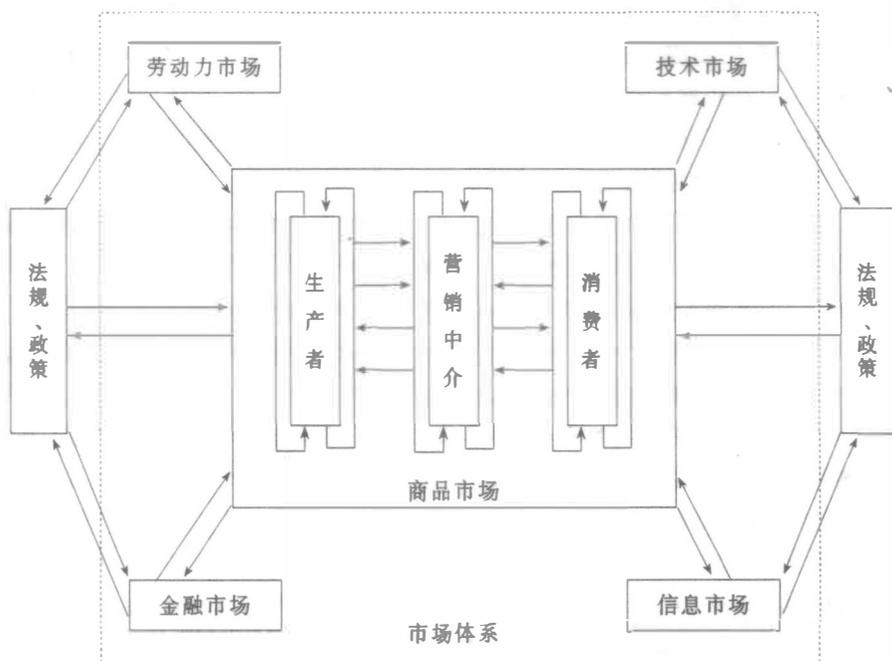


图1 市场协同发展模式示意图

从图 1 可以看出,商品市场与要素市场构成完整的市场体系或市场系统,在其内部,商品市场与各要素市场作为市场系统的子系统,它们必然发生联系,以促进商品市场和要素市场的

繁荣与完善;在商品市场这个子系统内部,有若干个生产者、营销中介(包括中间商、融资企业等)和消费者,为进行商品交换,生产者之间、营销中介之间、消费者之间都要发生联系,不仅如此,三者之间也不无联系,进而形成有机联系的总体。总之,商品市场内部各有关要素之间的联系以及商品市场与要素市场之间的联系通过市场机制这只“无形的手”指挥着、调节着。此外,从图1还可以看出,法规、政策作为市场体系或市场系统的外部环境因素,它根据市场系统运行状况制定,以便在返回市场系统时形成有利于市场机制有效运行的调控手段。这就为市场高效有序运行、协同发展创造了良好的外部环境。

二、市场协同发展保障体系探讨

为了保障市场有序运行,必须调整市场系统的序参量和外参量。针对我国市场系统发展现状,一方面,从事市场活动的当事人要理智行事;另一方面要确保市场运行有良好的环境,保证市场运行机制充分而有效发挥其调节作用。具体说来,应从以下几方面努力。

(一)生产经营者自律

商品的生产经营者(包括营销中介)作为营销企业,为了有效地开展市场营销活动,必须按市场营销规律来安排自己的生产经营活动,这是市场协同发展、有序运行的必要保障。

1. 树立现代市场营销观念,重视研究消费者需求

观念作为一种思维方式、指导思想,它支配着人们行为。市场营销观念的正确与否决定着营销企业的市场营销活动是否科学合理,能否取得满意的经营效果,从目前看,我国相当比重的生产经营企业受长期计划经济体制的束缚,习惯于“以产定销”的做法,仍坚持旧市场营销观念开展营销活动。尽管许多企业都非常重视销售,但对市场营销环境、消费者需求等缺乏深入的分析与研究,充其量也只是推销观念,更有甚者还坚持生产观念参与市场竞争。据对华东地区252家大中型企业的调查,仅有9%的企业设有市场调研部门,而坚持日常调研作业的企业只占1.19%。(陈志宏,1997)可想而知,这种缺乏正确的市场观念、不重视研究市场的经营现状,势必会使企业在市场竞争中处于不利地位,也无法满足消费者对商品多种多样的需求。对此,生产经营企业必须摒弃旧观念,树立现代市场营销观念。这客观要求企业要重视开展市场调研工作,以掌握消费者需求和市场营销环境的变化规律。

2. 合理制定、灵活运用市场营销战略及策略

市场营销战略是企业发展的长期性、全局性、方针性谋略,市场营销策略的制定是企业营销成功、实现企业营销目标的关键。在制定市场营销战略及策略的过程中,不仅要使企业可控的因素(产品价格、促销等)与企业不可控的环境因素(政治、法律、人口、文化、自然等因素)相适应,而且还必须使企业可控的各种营销因素之间相互协调、配合,以发挥其整体效用。企业在具体制定与应用市场营销战略和策略的过程中还应根据具体的市场营销环境及企业自身状况注意相关策略的相互衔接,灵活运用。

3. 注重经济核算,强化内部经营管理

在计划经济体制下,我国的企业(尤其是国有企业)对经济核算重视不足,往往是只求形式,不求本质,致使经济核算的真实作用未能得到充分而有效地发挥;企业内部管理也比较呆板,不够灵活,且大都是行政命令式管理,这种管理方式一定程度地影响了职工的积极性。这种状况在许多企业至今仍不同程度地存在着。所以,为了适应市场经济发展的需要,为了激发企业职工(企业市场营销活动的执行者)的积极性和主动性,作为一个独立经济实体的企业或公

司必须加强经济核算,强化内部管理:一方面要建立责任会计制度,健全责任中心,有效考评责任主体的工作业绩,全面落实经济责任制;另一方面要加强成本管理,积极开展功能成本分析、实际成本与标准成本之间的成本差异分析,做好成本控制工作。

(二)消费者自悟

消费者作为市场交易活动的当事人,其消费心理、购买动机、购买行为必将通过商品需求影响市场发展。由于消费者素质(包括心理素质)也是市场系统的一个重要的序参量,所以,为了促进市场协同发展,应不断提高影响市场交易行为的消费者自身素质。

1. 加强学习,更新观念

不言而喻,人类的某些行为是本能的、天生的,而多数人类行为(包括交易行为)是通过实践后天得来的。也可以说,消费者交易行为的结果,就是消费者学习的结果。

消费者学习,不仅应该学习一般的文化知识,而且还应学习商品的使用(或操作)技术、商品的维修保养知识等;此外,还应学习市场交易知识、有关政策、法规等知识,这也是参与市场交易活动所必备的知识。

有必要说明的是,消费者通过学习能提高自身素质,更新落后观念(如抢购等),还能够在商品交易活动中逐渐成为理智型购买者;同时,也能一定程度地为抑制假冒伪劣商品起到监督作用,进而有利于促进市场健康发展。

2. 合理选择成交方式

不同的交易方式会使消费者为取得同种商品耗费不同的支出,因此,消费者应合理地选择成交方式,以减少投资,获得利益。例如,某生产企业为了取得并使用某种机械设备,在资金不足的情况下面临着租赁和举债购置两种选择。如何选择需计算对比其现金流出量现值等指标来进行决策。

此外,消费者还会经常涉及到一次付款还是分期付款的决策问题,其决策结果也关系到消费者的经济利益。当然,这类问题的决策也需考虑货币时间价值、各种机会成本等影响因素。

(三)管理者宏观调控

现代市场经济作为我国经济体制改革的目标模式,它不同于以自由放任为特点的传统市场经济,而是具有强调政府干预特征的经济组织形式。在现代市场经济条件下,既要求资源通过市场机制来配置,又要求政府围绕一定的经济目标进行调节与控制。从世界范围看,西方各主要市场经济国家也都根据本国的实际情况,建有侧重点不同的宏观调控体系,进而形成了有利于本国经济发展的各不相同的市场经济模式。可以说,合理的有效的宏观调控是任何国家确保其经济系统有序运行的客观需要。或者说,政府的宏观调控作为市场系统重要的外参量是市场协同发展、有序运行的必要保障。

1. 理顺政企关系,企业成为市场主体

国有企业的改革是我国经济体制改革的中心环节,其关键点在于政企尚未理顺、产权不明晰。能否做好产权明晰工作、做到政企分开,直接关系到市场的发展,也关系到市场经济体制的建立。可见,做好此项工作意义重大。

企业作为市场营销组织欲成为市场主体,不仅要使自己内在地同市场联系在一起,而且,还应该拥有对市场变化灵活做出反应的权力,这也是企业成为市场活动主体的先决条件。也就是说,商品生产经营企业有此权力才能根据自身利益开展市场营销活动。具体说来,国家要进一步深化体制改革,政企分开,明晰产权,归还本该属于商品生产经营企业自己的生产要素

择权、投资决策权、产品处置权和定价权等生产经营自主权

政府职能的转换与政企分开、明晰产权是密不可分的。政企不分、产权不明晰的关节点在于政府职能未能转换,这既有体制上的缺陷,也有观念上的障碍。首先,政府作为国有财产的所有者,在管理国有财产的活动中,不宜直接参与国有财产的具体经营与管理,而应将国有财产交由企业去管理、使用,但政府必须对获得了国有财产的企业进行有效地监督。其次,政府作为经济发展秩序的行政管理(或调控者),应对企业给予支持、进行协调和提供服务,主要包括制定经济发展战略及产业政策,运用经济、法律和行政手段保证总量平衡,改革财政、税收制度,为企业提供经济信息和咨询;打破地区割据、部门或条块封锁,促进全国统一市场的形成,加强市场管理,制止违法经营和不正当竞争或垄断行为,为企业进入市场开展公平竞争创造良好的竞争环境;改革社会经济保障制度,减轻企业的社会负担等。

2. 健全、完善市场管理组织和市场调节组织

市场组织的状况很大程度地反映着市场的完善程度,因而,健全和完善市场组织是发展、完善市场的重要内容。市场组织主要包括市场营销组织、市场管理组织和市场调节组织。这三类市场组织的有机统一,共同构成了完整的市场组织体系。其中的市场营销组织属于企业性质,它有自发改造、自我发展的能力,只要有良好的经济发展环境,作为企业的市场营销组织即会适应市场发展的需要而产生,并随之而不断发展完善。

市场管理组织作为市场活动的管理系统,其主要功能是保证市场活动规范化。从目前看,相关的政府职能部门以及政法系统和检查系统的有关机构等市场交易活动管理机构,计量监督、质量测试、环境卫生等商品技术管理机构和消费者协会、质量监督协会等社会性群众性管理机构大都已经设立,并在市场管理活动中发挥作用。但是,尚存在技术手段落后、管理人员素质较低、责任心不强、管理组织之间协调性差(职责重叠和职能“真空”现象同时存在)等问题,致使市场运行紊乱,需进一步理顺和完善。首先要理顺各市场管理组织职责,使各市场管理机构都有其相应的职责,并赋予相应的权利;此外,为了保证管理机构有效地管理市场活动,还须健全社会监督制度,以规范市场管理机构的行为。

市场调节组织作为调节市场的组织,它是宏观调控系统的一个组成部分,其职能是通过立法与执行来确定、维系市场运行规范,从而保证市场运行的自我约束,使市场运行符合社会经济发展的长期目标;或者通过一定的参数调整对市场施加影响,以调节各市场主体的经济行为,使市场运行平稳地达到预定目标。从我国现状看,制定调节目标的人大常委会(人大财经委员会等)和具体实施调节目标的政府经济调节机构等市场调节组织已比较完备,但需要增强工作人员的责任心和使命感,这就要认真执行公务员制度,严格考核任用,并实行奖惩、淘汰制度。

行业组织作为介于国家和市场之间的中间性的民间组织是政府调节市场的必要补充。建立、健全行业组织是市场经济发展的客观需要。然而,在目前,我国虽有类似的组织,但却未能发挥应有的调节作用。所以,为了保障市场发展,应该鼓励建立和完善行业组织。行业组织属于一种行业性的公益团体性的市场调节组织,它应具有多个职能:一是与政府取得联系,向政府反映行业发展状况,包括市场供给与需求状况,并争取政府支持与帮助;二是建立、维护市场交易秩序,制定有关的行业规约,包括交货付款的时间、地点等,以规范交易方式;三是仲裁市场各营销企业之间业务往来的纠纷;四是负责传授商品生产与交易知识,包括商品生产、操作与维修技术等。

3. 加快立法,加强市场管理

市场经济是法制经济。市场在市场经济条件下有序运行必须有完备的法规体系,这也是市场经济的客观要求。

(1) 制定有关保证市场有序运行的法规

实践证明,公平竞争是市场有序化的基本要求,没有公平的市场竞争,竞争机制既不能充分发挥其作用,也不可能实现优胜劣汰,市场的积极作用自然也不可能得到发挥。而保障公平竞争的有效做法是健全法规体系,制定相关的法律、法令和条例,以创造平等的竞争环境。从现实看,我国已制定并颁布了一些创造公平竞争环境的法规,如《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》、《破产法》、《公司法》等,但由于法规不配套,不健全,加之执行过程中人为不合理因素的干扰,致使现有法规未能收到理想的市场管理效果,还须进一步完善法规体系。

反垄断法即是其中一部急需制定的用于维护市场秩序、创造公平竞争环境的法规。由于体制的原因,我国市场至今还相当程度地存在政府垄断(或行政垄断)特征。为了打破政府垄断,建立竞争性的、全国统一的大市场,为了建立能有效地开展竞争的市场结构,为了限制并禁止滥用市场优势的行为发生,有必要制定我国的反垄断法或称反限制竞争法。如此,可以限制政府有关部门滥用其行政权力干预市场,抑制竞争。这也是体制改革的客观要求,此外,反垄断法的颁布、实施,还有利于约束企业垄断,使竞争企业既有一定的规模,又有一定的数量,以使其有足够的市场压力,引发其创新和改善生产经营的积极性。

此外,还有必要研究制定其他一些配套法规,以保证商品能够顺畅交易,进而促进市场的繁荣与发展。

(2) 依照法规,施以有效的检查、监督

为了促进市场协同发展、有序运行,有法可依是基本前提或必要条件,有法必依才是其根本保证或充分条件。所以,各有关管理机构或人员应严格执行法规,做到有法必依、执法必严、违法必究。

在我国,受长期以来封建意识的束缚,我们缺乏法制观念,加之腐败现象的存在,常常不能做到依法办事。鉴于此,应更新观念,树立法律意识,彻底根治腐败。

在对市场管理的过程中,既可以运用法律手段、经济手段,还可以运用必要的行政手段。只有灵活地运用各种管理办法,才能保证市场协同发展、有序运行。

参考文献:

1. 魏杰主编:《社会主义市场经济理论·制度·体制》,高等教育出版社,1994年12月版。
2. 甘碧群著:《宏观市场营销研究》,武汉大学出版社,1994年12月版。
3. 周振华、刘志彪等著:《社会主义市场的系统分析》,南京大学出版社,1988年3月版。
4. 胡传机著:《非平衡系统经济学》,河北人民出版社,1989年10月版。
5. 孔繁玲、周振林:《试论协同学对系统科学的丰富和发展》,《求是学刊》,1987年第4期。
6. 陈志宏:《市场调研:跨国公司竞争的“利器”》,《上海经济》,1997年第1期。

(作者系中国人民大学经济学博士后;单位邮编:100872)