

试论市场经济统计学的构建

张训苏

一、建立市场经济统计学的必要性和迫切性

第一,是市场经济条件下经济管理与经济发 展的迫切需要。

以市场经济作为发展模式的 市场化取向改革,逐步强化了市场调节和市场机制在国民经济运行和企业经济活动中的重要作用,使市场成为连带经济运行各环节和制导生产、分配、消费、决策、调控与经济走势的一个枢纽,以及宏观调控、投资决策、市场管理、企业经营和商品开发等活动对市场信息产生了十分迫切的需求。构造市场经济统计学,并以此为指导,通过各种统计方法来描述、分析与揭示各类市场问题,提供以定量为基本表现形式的市场信息,对作为信息产业主导部门的统计部门来说已显得十分必要与迫切。

第二,是认识、反映、监测市场体系的要求。

伴随着经济体制转型的深化,我国市场体系已开始从广度与深度上向完善的市场体系方向发展。从实物商品市场的纵向发展看,市场调节的份额已占居主体地位,目前 90%以上的消费品和 80%以上的生产资料已基本上完全由市场调节;从实物商品的交易方式看,已由单一的现货交易扩展到现货交易为主、期货与现货交易并存,而且自 1990 年郑州粮食批发市场引入期货交易机制以来,期货交易规模迅速扩大,已成为我国市场的重要组成部分。从市场发展的横断面看,已由单一的(实物)商品市场,扩展到房地产市场、证券市场、劳务市场、信息市场和外汇市场等。然而,统计理论与方法在反映与认识这些扩展与深化了的市场和新兴的市场方面显得十分乏力与被动,更谈不上深入与系统。系统地研究与阐述市场统计理论与方法,建立一门较完善的市场经济统计学,显然是克服统计工作这一动能性缺陷的有效手段之一,也是促成统计学与统计工作适应社会主义市场经济建设中必不可少的重要内容。

第三,是完善市场经济理论体系和统计学学科体系的需要。

市场调查方法、市场统计预测、市场统计决策和整个市场经济统计学无疑是市场经济理论体系必不可少的组成部分,但这方面理论与方法很不健全,急待完善。从统计学学科体系来看,有关市场经济统计最为密切的商业统计等学科在体制改革后已滞后于国内贸易实践,且在内容与范围上无法全面包括房地产等各类市场,以致统计学学科体系在全面反映与涵盖市场状况与变化趋势方面出现了断层与空缺。这在目前建立各类具体市场的统计学条件尚不成熟的情况下,建立统一的市场经济统计学已显得十分必要。此外,一方面,市场经济统计学的建立,可以与消费统计学、分配统计学一起形成与社会再生产主要环节——交换、分配与消费相对应的横向性、渗透性统计学学科系列,并有助于打破部门与体制“封锁”,促成统计学学科向横向性、综合性方向发展,而不再仅仅局限在根源于计划经济模式的特有的工业统计学、商业统计学等部门统计学;另一方面,只有建立市场经济统计学,形成国民经济统计学、市场经济统计学

与企业经济统计学这三门经济统计学科的主体,才能使统计理论与统计工作更好地呼应与适应市场经济下“国家、市场、企业”这三大主体的动作与需求。

二、市场经济统计学的研究对象、研究范围及其与相关学科的关系

(一)研究对象、范围与性质

市场经济统计学是从现代市场经济活动的中心环节——市场和社会再生产的重要环节——交换出发,研究各类市场中总体现象的数量方面和揭示相应性的属性的一门独立学科。以学科性质上看,它是统计学与市场经济学等相互交叉而形成的一门社会科学,是社会经济统计学、市场经济学、市场学的分支学科,也应当作为经济统计学的主体学科之一和整个统计学学科体系中一个必不可少的三级学科。

其研究对象是各类市场现状、趋势与规律性的统计关系与属性。研究方式主要是从统计学角度探讨、分析与概括各类市场问题与变化趋势,并借以从总体上认识与揭示各类市场发展水平、结构、态势、特征与规律,从而指导市场统计实践与分析,并通过信息输出服务并监测于与市场相关的宏观调控、营销、决策、生产与经验等。显然,它并不是泛指市场经济体制下的所有统计学。

其研究范围从空间角度看,理论上既包括国内市场,又包括国际市场。不过,考虑到国际市场的复杂性和特殊性,本文仅限于国内市场来探讨与构建市场经济统计学。从经营对象角度说,既包括传统的商品市场,又包括金融市场、房地产市场、信息市场、劳务市场和科技市场等。

(二)与相关学科的关系

市场经济统计学与企业经济统计学、国民经济统计学是一种属于不同层次的相互独立、相互补充的渗透式关系。国民经济统计学是从宏观角度研究国民经济活动中的统计活动与统计关系,相应统计工作服务的对象主要是政府;企业经济统计学是从微观角度研究企业经济活动中的统计活动与统计关系,相应统计工作服务的对象主要是企业和有关统计单位,认识对象主要是企业经济活动的数量方面;市场经济统计学是研究市场经济活动中的统计活动与统计关系,其认识对象是市场,服务对象主要是企业、市场与政府。这三门统计学科恰好能从不同侧面反映或认识现代市场经济中的三大主体:政府、市场与企业。同时,三者显然又以市场为纽带存在着必然联系,企业与国民经济运行和相应的统计活动都离不开市场,离不开市场的统计活动与统计关系,都包含着一定的市场经济统计的内容;或者说,市场经济统计学内容势必部分地渗透到其他两门学科中。可以断言,正是这三门学科将构成现代经济统计学体系的主体框架。

市场经济统计学与工业统计学等部门统计学是一种相对独立存在的串状关系。根源于部门体制约束的部门统计学是从统计学角度反映与概括某一类部门经济活动与变化规律,与市场经济统计学是相对独立存在的。同时,每一类部门中的市场经济活动与变化规律的统计反映、串联与概括,又是形成市场经济统计学的一个重要来源与组成部门,而市场经济统计学又反过来辐射相应部门或领域的市场经济统计活动和相关的统计活动,引导与制约着部门统计中有关市场统计的内容与结构。

此外,市场经济统计学与商业统计学、价格统计学在理论上是整体与部分的关系;市场经济统计学与分配统计学、消费统计学是一种根源于社会再生产中生产、分配、交换与消费的链状关系。

三、市场经济统计学的构造思路

一是完全吸收西方经济发达国家经济统计学的构成方式,采取以数理统计基本原理与方法为骨架、辅之以市场中经济活动例子,来构建它。该思路在目前西方出版的经营统计学、教育统计学等书中都有所体现。其优点是通用性强、构建容易,不需考虑市场的特征和不同类型市场的共性与个性。但此路在我国缺乏应用的可能性和可操作性,不便于指导人们进行市场研究与分析,且笔者认为,按此思路所建立的统计学不足以成为市场经济统计学,也不可能是一门社会学科,其绝大多数的内容势必与数理统计或统计学原理重复,从而失去了市场经济统计学所特有的研究对象、内容与框架。

二是以不同类型市场经济问题带统计方法方式来构造。其优点是针对不同市场领域的有关经济问题加以提取与统计归纳,进而很容易从统计角度反映与研究相关市场发展水平、结构与效益等问题,利用统计实证分析与操作。但这种方式显然带有拼凑与罗列色彩,缺乏必要的归纳与抽象,易于导致市场经济统计学的理论水平低下。

三是从不同类型市场中具有市场共性的市场价格、市场交换、市场调查、市场预测等市场要素出发,来阐述市场经济统计学的一般理论与方法。其优点是统计理论抽象程度高,在不同类型市场间通用性强,并可免于浅层次的指标罗列或主要停留在指标解释。但不足之处是在指导不同类型市场统计分析与实证研究方面针对性差,易于忽视不同类型市场统计理论与方法的差异性与特殊性。例如,市场价格指数与股票价格指数虽然原理上是相通的或相同的,但后者也有其特殊性,理解与掌握前者并不等于理解与掌握后者,更不等于会应用后者进行股市行情分析。

针对上述三种主要思路和相应分析,并鉴于市场经济统计学的发展是一个不断渐进、不断认识的过程,不可能在短期内达到理想中的最佳构成,以及有关市场统计工作与统计研究急需相应统计理论指导,我们认为,以各类市场统计中共性为主线、辅之以主要类型市场统计特殊性为补充是目前应选择的最佳思路。这样可以汲取上述第二、三种思路的优点,确保所构建的体系有一定的理论深度和抽象程度,为进一步探讨和完善打下基础;同时,又考虑到除实物商品市场外其它类市场统计理论与方法目前很不系统;甚至很贫乏这一现实,将市场体系中主要市场中具有特殊性的一些统计理论与方法分类列出,进而有利于实证分析和指导统计工作及市场研究,免于其脱离于市场实践。