

寻租定义的困境： 旅游市场的寻租行为分析

●杨志刚 张雅维

摘要 本文通过分析旅游市场不同层面的寻租行为,说明了无法仅仅使用一个学派的寻租定义分析寻租行为,而只能根据经济学各个学派对寻租的不同定义的不同适用性,分析市场中的各种寻租行为。而目前没有一个统一而又准确的,可以解释各种寻租行为的寻租定义,是寻租定义的困境。

关键词 租金 寻租 旅游市场

中图分类号 F59 **文献标识码** A **文章编号** 1004-079X(2003)09-065-02

寻租是一个复杂的经济学问题。不仅一个市场中的寻租行为千差万别,甚至经济学界至今都没有一个令人满意而又准确的定义。我国一些学者就认为:“寻租这个术语本身就不贴切,寻租不是一个终极定义。”但是经常出现的情况是:在分析一个市场的不同寻租行为时,不同学派的不同定义经常混同为一个寻租定义来使用。有些学者认为:“由于寻租是生产者或要素所有者的一种理性行为,因此无法对它进行合意的界定。”本文赞同这种观点,并且认为在无法给出一个统一的寻租定义的情况下,要根据各个学派不同定义的不同适用性对市场的寻租行为进行分析。旅游市场存在大量不同层次的寻租行为,而且这些行为又难以用一个高度统一的寻租定义进行分析。因此,使用各个学派的各种定义,分析旅游市场的各种寻租行为,既可以比较各种定义的适用性,更深入地理解“寻租”这个概念,又可以消除对“寻租”的误读和滥用,以便将来找到一个准确的定义。

一、租金概念的发展和各个学派对寻租的定义

租金概念的发展经过了几个阶段:第一阶段是古典学派对租金的理解,认为经济租金是指付给永远没有供给弹性的生产要素所有者(主要指土地所有者)的报酬;第二阶段是马歇尔提出的“准租金”概念。所谓“准租金”,是指付给暂时没有供给弹性的生产要素所有者的报酬。马歇尔实际上扩展了租金的概念。第三阶段是以萨缪尔森为首的新古典综合派即经济学主流学派提出租金的理论,认为租金是要素收入与机会成本的差额。值得注意的是,主流学派并没有特别指出这种租金是否由人的主动性所引起。第四阶段是经济学各个学派的定义。与此相对应,各个学派给出了寻租的定义。

以布坎南为首的公共选择学派基本继承了经济学主流学派的观点,但强调租金是政府干预市场形成垄断的结果。虽然公共选择学派未能给出一个完全统一的寻租定义,但是他们的寻租概念都包含以下共同点,可以看作是公共选择学派的定义:寻租是通过游说、疏通、贿赂、哄骗等手段,寻求政府干预市场,形成人为垄断,以获得要素收入超过机会成本余额的活动,其结果是社会资源的耗费而不是社会余额的增加。这个定义很适合解释通过政府干预市场进行的寻租活动,但排斥了可能造成总福利改善的寻租活动。而且现实生活中存在大量活动,通过无政府干预的交易,攫取处于公共领域中的资

源。对此,这个定义无法解释。

国际贸易学派中,以巴格瓦蒂提出的租金概念最为典型,通过直接非生产性寻利活动(QUP)获得的利润。巴格瓦蒂修正了公共选择学派认为寻租一定导致社会总福利损失的观点,把寻租定义成更为普遍化的直接非生产性寻利活动(QUP):“这种活动带来的利润是直接非生产性的,亦即这种活动能产生货币收入,但是这种活动既不会直接产生传统效用函数中的商品和劳务,也不会直接产生传统效用函数中包含的中间商品和劳务。”这个定义的提出有以下几个方面的意义:一是纠正了公共选择学派认为寻租一定导致社会总福利损失的观点,指出并非所有非生产性活动的结果都是非生产性的;二是按照DUP活动发生前后市场是否扭曲把DUP活动分为四大类,有利于确定各种非生产性活动的性质。

新制度经济学派从产权理论出发,认为由于人的有限性和信息的不对称,完全衡量事物的有用特征是不可能的,或者说衡量有用特征的成本极高,所以交换品的有用特征总是不能完全确定,总有一部分特征处于“公共领域”之中。也就是说,任何一项权利都不是完全界定了的,没有界定的权利把一部分有价值的资源留在了公共领域里。公共领域里全部资源的价值就是租金。那么寻租的定义就是:个人或团体通过投入资源,对处于公共领域中的产权的瓜分和对既有产权的一种重新分配方式。这个定义的优点在于可以解释没有政府干预的交易行为中的寻租现象。

另外,鉴于经济学界至今没有一个统一而又准确的寻租定义,我国学者张文龙、刘烈龙认为:“寻租这个术语本身就不贴切,寻租不是一个终极定义。”他们认为:“由于寻租是生产者或要素所有者的一种理性行为,因此难以对它进行合意的界定。寻租不过是组织根据净收益最大化的原则对既定制度会产生相应的反应,这种反应包括改变、制订和避开制度,或者是利用和维护现有制度。寻租活动属于组织通过制度使自己的要素或产品获得最大收益这类活动的一个子集。”这是目前对寻租下的最为宽泛的定义。用这个定义可以解释一些被经济学界称为“寻租”而又难以符合上述学派定义的活动。但是在这个定义没有得到广泛认同的情况下,在进行分析时应该尽量使用上述各学派的定义。

二、旅游市场的“寻租”行为分析

收稿日期] 2003-07-30

[作者简介] 杨志刚,厦门大学经济系2001级研究生。张雅维,厦门大学经济系2000级。ved. <http://www.cnki.net>

(一) 旅游城市的行为分析

旅游城市为了提高知名度,吸引游客,也为了有效保护文物古迹,通过建设部和国家文物局的审查和国务院最终批准,成为国家历史文化名城。有的旅游城市经省文物行政主管部门会同省城市规划行政主管部门审核同意,并由省人民政府核准,成为省级历史文化名城。有的旅游城市向各级旅游行政管理部门申报成为“中国优秀旅游城市”。也有的旅游城市提出风景名胜资源调查报告,向各级政府申报各级风景名胜区。对此类行为,应区别对待。(1)符合审批条件的城市和风景区,凭借得天独厚的历史和自然条件获得的高额旅游收入,实际上是马歇尔所说的“准租金”,是暂时没有供给弹性的珍稀旅游资源带来的报酬。这类为了获得租金的申请活动,并不是完全凭借行政干预,不符合公共选择学派的定义,不是寻租。(2)不符合审批条件的城市和风景区,如果用哄骗、贿赂、疏通等行为以通过审批,这样的行为就符合公共选择学派的定义,是寻租行为。

(二) 旅行社的行为分析

1.1996年国务院发布了《旅行社管理条例》及其实施细则,建立了旅行社业务经营许可证制度,把旅行社划分为有权经营入境旅游业务、出境旅游业务、国内旅游业务的国际旅行社和只能经营国内旅游业务的国内旅行社。而且,未经国家旅游局批准,任何国际旅行社不得经营中国境内居民出境旅游业务和边境旅游业务。于是,就有国内旅行社贿赂、欺骗旅行社行政主管部门争取成为国际旅行社,也有国际旅行社采用类似手段争取经营出境旅游和边境旅游的权利。此类行为,符合巴格瓦蒂的定义,但应该加以区分:(1)行为发生之前旅游市场被政府管制扭曲,而行为发生后的效果是对市场条件扭曲的矫正。这时DUP活动存在增加社会总福利的可能。(2)行为发生前后旅游市场都没有扭曲。

2.在有政府管制的情况下,有的国内旅行社违规经营属于国际旅行社的业务;有的国际旅行社未经批准,就经营出境旅游业务和边境旅游业务;还有旅行社回避国家制订的出国旅游目的国限制条例,组团去一些没有与我国政府签定政府间协议的国家。很明显,这是旅行社根据净收益最大化的原则,对既定制度产生的回避反应。这种行为并不符合上述三个学派的寻租定义,而且获得的收益也无法用现有的租金理论解释,但仍然有学者把它称做寻租。如果一定要把它当作寻租行为,那么这种行为用上述张、刘的定义来解释就十分贴切。

3.国家旅游局根据总量控制原则,对组团社组织团队出国旅游实行配额管理,按组团社接待入境旅游人数的一定比例核定其组织团队出国旅游的人数。在出境旅游服务供不应求的情况下,管制有可能产生市场的扭曲,旅行社得不到使自己收益最大的配额。这时就可能出现旅行社通过疏通、欺骗、贿赂旅游行政部门,以谋求配额的这种活动。这种活动也符合DUP的定义,但也应加以区分。(1)活动发生之前市场是扭曲的,总供给小于总需求,存在供不应求的情况。活动发生之后市场扭曲得到一定矫正。(2)活动发生之前总供给并不小于总需求,市场并不扭曲。但由于旅游者不可能完全了解市场信息,导致个别旅行社谋求更多配额。活动发生之后市场仍然不扭曲,造成了资源的浪费。

4.另外,有的旅行社带领旅游者去与之合作的商店

购物,以得到购物商店的佣金或回扣。由于这类行为往往是通过导游实现的,而且旅行社得到的只是一部分租金,所以这个问题在导游的行为中进行讨论。

(三) 导游的行为分析

1.旅游者一般都会在旅游地的商店购物。但旅游市场和其它市场一样,也存在信息不对称的情况,而且旅游者只具有有限理性,所以旅游者不可能完全了解旅行社和导游所掌握的对他有用的购物信息。在旅游者要求导购服务的的情况下,由于完全衡量“导购服务”有用特征的成本很高,导致旅游者完全衡量“导购服务”的有用特征是不可能的:旅游者难以确认商店的要价是否太高,难以确认旅行社和导游是否收取了商店的回扣。旅游者的接受有效导购服务的权利没有被完全界定,导致旅游者无法完全享有等价交换的权利。通过和商店的不等价交换,没有界定的权利把旅游者一部分有价值的资源——旅游者的购物开支,留在公共领域里,旅行社、导游、购物商店就会通过协商瓜分这部分资源。所以会出现一些奇怪的现象,如果游客没有在导游指定的商店购物,有的导游会“罢导”,把游客晾在一边不管。很明显,这里旅行社、导游、购物商店三方的寻租行为符合新制度学派的定义。

2.1999年施行的《导游人员管理条例》规定:“国家实行全国统一的导游人员资格考试制度。在我国境内从事导游活动,必须取得导游证。”这里政府的管制并没有限制有效竞争,形成垄断的导游市场。想成为导游的人可以通过统一考试进入这个市场。有的人无法通过考试获得导游证,就购买伪造的导游证,进入导游市场。有的学者把这种行为当做寻租,是不贴切的。它没有产生通常意义的租金,也不符合寻租的几个定义。这是导致旅游市场混乱的欺诈行为。

(四) 购物商店的行为分析

1.国家为了保障旅游者的利益,专门指定了某些旅游物品商店为旅游局定点购物商店。这就产生了众多旅游纪念品商店、土特产品商店为了获得这个“金字招牌”而疏通、游说旅游行政管理部门的行为。旅游者一般会选择旅游局指定的商店购物,造成这些商店获得一部分垄断利润。这是符合公共选择学派定义的寻租行为。

2.购物商店通过与旅行社和导游的合作,使旅游者无法完全享有等价交换的权利,在与旅游者的不等价交换中,攫取了一部分租金。

三、“寻租”定义的困境

通过对旅游市场的“寻租”行为分析可以看出,分析一个市场中不同层次的寻租行为时,无法仅仅使用一个学派的定义,而必须使用不同学派的不同寻租定义。而经常出现的情况是各学派寻租定义的滥用和混淆。这种现象的深层原因是至今仍然没有一个统一而又准确的寻租定义,这就是寻租定义的困境。通过对旅游市场的“寻租”行为分析也可以看出,没有一个精确定义的深层原因在于:既然任何生产者和要素所有者一定会追求收益最大化,那么所谓寻租就是生产者和要素所有者根据利益最大化原则对既定制度产生的反应,这种反应包括改变、制订和避开制度,或者是利用和维护现有制度。而寻租理论家要用一个定义涵盖生产者和要素所有者对制度的各种反应几乎是不可能的。□

[责编:方正]