

# 简述辩证法在市场开发中的运用

刘刚

(福建师范大学 公共管理学院, 福建 福州 350007)

**【摘要】**在当代,辩证法广泛地运用于市场开发之中,并起着重要的指导作用,从用两点论和重点论做好市场分析到运用矛盾转化的原理,开拓竞争对手的市场等充分地体现了辩证法运用于市场开发之中的奥妙。此外,辩证法运用于市场开发的两点启示值得深思。

**【关键词】**辩证法;市场开发;内外因关系;矛盾转化

**【中图分类号】**B024 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1883(2010)02-0077-03

辩证法是指我们认知和实践的世界观和方法论,它是由一系列规律和范畴构成的科学体系。在当代,辩证法广泛地运用于社会生活的各个领域,企业的市场开发也必然离不开唯物主义辩证法的指导,特别是在金融危机后的中国,诸多企业面临着国际市场收缩,国内市场开发急需完善的现状,更加迫切需要马克思主义辩证法的指导,以求得在竞争激烈的市场开发中能够胜出。由此,后危机时期,对辩证法在市场开发中的运用进行深入的研究意义深远。

## 一 辩证法运用于市场开发的缘起

辩证法作为一种世界观和方法论,它渗透到企业实践的各个角落,特别是在无烟的商业战争中,辩证法的应用更加普遍。市场开发就是企业或其它经济组织为了实现其产品或服务的销售目标而实施的战略部署和具体的市场开拓计划。可见,这个关系着企业生存的实践活动,与辩证法的关系更加密切。

### (一) 辩证法对市场开发起着重要的理论指导作用

市场开发的每一环节,都离不开辩证法的指导,无论是市场开发的战略规划还是具体市场的开拓运作都需要唯物主义辩证法的理论指导。一方面,辩证法给市场开发指出了一条实现可持续发展的道路。那就是在市场开发中要注重质量互变规律,把握住度,特别是在市场开发的战略制定时更应当考虑到战略的整体性及长期性。另一方面,辩证法作为一种方法论,应用于市场开发,实现了对市场开发的最高理论指导,能够让我们时刻反思,它是评估市场开发成败与否的关键性指导方法。由此,成功的市场开发离不开唯物辩证法的指导。

(二) 辩证法在市场开发中的广泛应用,丰富了辩证法的内涵和外延,拓宽了辩证法研究的视野,在当代极具现实意义

在当代,辩证法广泛地应用于市场开发,极大地丰富了它的内涵和外延,使其在具体实践中得到了进一步的验证,实现了在当今社会的现实价值。作为一种方法论它应用于市场开发的实践活动之中,更加有力的证实了,马克思主义哲学不但没有“过时”,而且仍然是我们时代精神的精华。<sup>[1]</sup>

此外,辩证法应用于市场开发之中极大地拓宽了辩证法的研究视野,吸引着更多的专家、学者将研究的眼光投向了以市场开发为代表的企业管理与辩证法的交叉领域,从而使对辩证法的研究增加了不同的视角。

## 二 辩证法运用于市场开发的凸现

### (一) 用两点论和重点论做好市场分析

市场开发的首要工作就是做好市场分析,制定出市场开发的战略规划,而辩证法渗透到这个环节的各个层面。要做好市场分析就必须利用矛盾的两点论和重点论作指导。

首先,要做好市场的主要矛盾和次要矛盾的分析。市场上存在着大量的同类产品,或在重要程度不同的区域市场,为此,客观地找出其主要的竞品(竞争产品)及次要的竞品是做好市场分析的关键所在。另外,做好不同层次、地位市场的分析也是关键。我们要利用辩证法的主要矛盾和次要矛盾的相关原理做指导做好主要市场及次要市场的准确定位。

其次,在市场开发中,做好市场分析我们也要利用“重点论”作为指导,要找出市场矛盾的主要方面和次要方面,就是要找到竞品的主要竞争力在哪里,次要竞争力有哪些,同时,还要针对主要区域市场中不同市场层面做出矛盾的主要方面和次要方面的分析。

最后,我们要做好市场分析,必须把两点论和重点论结合起来,既要抓住主要市场,也要重视次

要市场。既要抓住主要市场的主要层面,也要抓住次要层面。同时也要把握住它们的转化,主要市场矛盾与次要市场矛盾的转化及市场的主要层面与次要层面的转化。可见,做好市场分析离不开辩证法中的两点论和重点论的指导。

## (二) 从内外因关系探索市场开发的成功之道

市场开发的成功进行是内外因相互起作用的结果。辩证法中关于内外因关系的原理告诉我们,内因是事物的内部矛盾,是事物变化的根据,外因是事物发展变化的条件,是第二位的原因<sup>[1]</sup>,它通过内因起作用。在一定条件下二者相互转化,我们要重视内因也要重视外因。

市场的内因,也就是能够决定市场开发成功的根本条件,具有丰富的内涵,它包括投向市场的产品,售后服务的质量,相关的销售政策等;市场的外因包括市场的竞争状况,市场的产品容量,客户状况等。基于此,市场开发成败的关键是市场的内因即投向市场的产品,售后服务质量,相关销售政策等。为此,我们应当高度重视市场的内因,同时也要注意市场的外因。在市场开发中我们只有从内外因关系原理入手才能够探索出一条市场开发的成功之道即抓住内因,完善内因。同时也要关注外因,重视外因。只有市场的内外因相互结合、共同起作用,市场开发才能够走上成功之道。

## (三) 运用矛盾转化的原理,开拓竞争对手的市场

商场如战场,特别是在当代,市场的竞争异常激烈。市场开发中不但要求,把自己的市场开拓好,更要实施竞争性战略,抢占对手的市场。为此,利用矛盾转化的原理,开拓竞争对手的市场成为企业管理者常为使用的方法。

第一,矛盾推动事物的发展是通过矛盾的转化而实现的。矛盾转化是指矛盾双方走向自己的对立面,是矛盾的解决和新旧矛盾的交替。在市场开发中竞争对手的市场、客户就是我方的对立面,我们通过抢占竞争对手的客户,实现了矛盾的转化,从而就实现对竞争市场的开拓。

第二,矛盾的转化必须具备一定的条件。矛盾双方的相互转化绝不是任意的。在市场开发中为了开拓竞争对手的市场、客户,往往制定一系列的优惠政策,如:产品价格优势,货款支付方式,物流运输时间长短等这些都成为市场“矛盾对立面”转化的具体条件,其中,价格是市场营销组合中一个非常敏感的重要因素<sup>[2]</sup>,它常常成为争夺竞争对手市场、客户的有力武器。为此,只有在这些条件的诱导下才能够实现矛盾的快速转化,从而达到开拓竞

争对手市场的目的。

第三,创造有利的条件促使市场矛盾对立面向进步的方向转化是市场开发管理人员的任务。抢占竞争对手的市场,是市场开发成功的关键,作为市场开发负责人员要创造有利条件促使竞争对手的客户向有利于我的方向转化,切忌使得抢占的客户向其他方向转化。

## (四) 把握量变质变规律,实现市场开发的可持续性

实现市场开发的可持续性,是当代市场开发的努力方向,为此,在市场开发中我们要学会把握量变质变规律。一方面,量变质变规律告诉我们量变是质变的准备,质变是量变的必然结果。<sup>[4]</sup>实现可持续性发展切忌只承认质变,否认量变的“激变论”和只承认量变,否认质变的“庸俗进化论”。市场开发也是一个由量变到质变的过程,实现市场开发的可持续性,是在一个市场中既要有量变也要质变。更要重视市场开发中量的积累,把握质的飞跃。特别是一些比较成熟的市场短期内很难实现质的飞跃,更多的是量的积累。而新的市场或有可能有小的量变飞跃到质变。基于此,针对不同市场的量变,质变情况,我们要做出客观分析,实现正确认识才能够促进市场开发的可持续性。市场开发中不能只承认质变,否认量变的“激变论”即过分向市场要销售额,制定销售计划、目标时追求跳跃式,忽视量的积累。同时,那种只看到量变即市场的渐进式成果,就否定市场的潜力即很难实现质变的做法也是不妥的,那是典型的只承认量变,否认质变的“庸俗进化论”。可见,在市场开发中无论是“激变论”还是“庸俗进化论”都有碍于实现市场开发的可持续性。

另一方面,实现市场开发的可持续性,要求我们在市场开发中要坚持适度开发原则,由于量变只有在一定的范围和限度之内,事物才能保持其原有的性质,所以,当我们需要保持市场质的稳定时,就必须把市场的量变控制在一定的限度之内。企业各方面都有承受限度,过分追求市场的质和量的发展将导致各方承受过度,最终将不能满足市场的需求,导致失去市场的可能。为此,实现市场开发的可持续性要求我们开发市场要注意分寸,掌握火候,坚持适度开发的原则,

## 三 辩证法运用于市场开发的启示

首先,企业管理人员必须重视和深入地学习唯物主义辩证法,自觉地利用辩证法作为市场开发的指导。在当代,市场开发的诸多成功案例深刻证明了辩证法对市场开发的重要指导作用。为此,企业

管理者必须从思想上高度重视马克思主义辩证法的学习,特别是市场开发的相关管理人员更应该进行深入的学习。一方面,企业管理人员应该积极主动地学习辩证法的具体理论,可以通过书本,试听设备,研讨会等各种途径进行学习。同时,适时邀请相关专家、学者到企业做辩证法的专业培训和研讨,市场开发的各层次管理人员都应当深入交流,重视辩证法的学习。另一方面,企业管理人员在市场开发中要自觉地把辩证法的相关知识运用到市场开发的具体实践中,通过市场开发的具体实践来

理会辩证法的奥妙,时刻用其作为理论的指导。

其次,在市场开发中必须灵活地掌握和运用辩证法,遵循其相关的客观规律,切勿机械照搬。第一,在市场开发中运用辩证法要和具体的市场情况相结合。市场的具体情况是进行市场分析,制定市场开发战略,具体开拓市场所考虑的先决条件,它是运用辩证法需要考虑到第一要素。第二,在市场开发中运用辩证法需要遵循其相关的客观规律,一旦违背了辩证法的客观规律,市场开发的具体运行就会受到严重的影响,更有甚者会出现走极端的现象。

#### 注释及参考文献:

- [1]肖前等.辩证唯物主义原理[M].北京:人民出版社,1991.
- [2]郑又贤.马克思主义哲学原理[M].福州:福建教育出版社,2004.
- [3]王俊柳等.管理学教程[M].北京:清华大学出版社,2003.
- [4]李秀林等.辩证唯物主义和历史唯物主义原理[M].北京:中国人民大学出版社,2004.

## An Exposition on the Use of Dialectics in the Market Development

LIU Gang

(*Institute of Public Administration, Fujian Normal University, Fuzhou, Fujian 350007*)

**Abstract:** Nowadays, dialectics is used widely and plays an important guiding role in market development. From doing a good market analysis by the Theory of Two Points and the Theory of Key Point to opening up the market of competitors by using the Theory of Conflict Transformation, they all reflect the mystery of dialectics which is applied to the market development. In addition, two enlightenments that the dialectics is used in the market development are worth pondering.

**Key words:** Dialectics; Market Development; Relationship between Internal and External Causes; Conflict Transformation

(责任编辑:周锦鹤)