

由省信用评价制度量化分析引起的企业发展思考

江苏安厦工程项目管理有限公司 蒋莉红 翟春安

摘要：诚信是工程造价咨询活动的一项基本原则。本文通过对江苏省工程造价咨询企业信用评价标准的量化分析和研究，结合笔者所在企业的经验，提出造价咨询企业信用管理应做好“三重一保”，以利在新形势下实现企业可持续发展。

关键词：造价，信用评价制度，企业可持续发展

1. 前言

古人云：人无忠信，不可立于世。信用不仅是一种道德要求，更是现代企业的一个黄金原则，是能够为企业带来经济效益的重要资源，是企业无形资产的重要组成部分，现代市场经济就是信用经济。任何成功的品牌都要有较高的知名度和信用度来支撑，知名度或许可以通过短期的宣传来提升，而信用度则需要长时间的沉淀和积累，坚守信用的企业才能经得起时间的考验。

长期以来，依靠客户关系获取业务是不少造价咨询企业经营的主要方式，但随着房地产投资和城市基础设施投资步伐的大幅放慢，造价咨询企业现有经营模式也随之变化，市场关系在逐渐弱化，以质量求生存、以信誉求发展将成为造价咨询企业最有力的市场营销和竞争方式。

2. 造价咨询企业信用评价制度分析

信用评价体系是一个庞大的结构性工具，它的建立旨在通过对一系列量化指标的考评，明确造价咨询企业发展的基本方向，理清影响企业运行的核心要素，结合各企业实际情况查漏补缺，建立针对性的行动举措，从而促进造价咨询企业的可持续发展。由此，作为企业来讲，应认真分析信用评价体系的载体落脚点及结构要素，理清造价企业发展的核心要点，制定出适应企业自身发展的针对性策略，才能长久在造价咨询行业立于不败之地。具体如下：

2.1 信用评价体系的载体落脚点

与生产具体产品的实业不同，造价咨询是集职能、技术、法规于一体的高层次服务行业，它具有很强的技术咨询、工程项目引导和协调功能，是建设领域的一支重要力量。从我国造价咨询业发展历程来看，造价咨询企业发展初期的制度内容，已经显示出企业平台建设和人员能力培养的重要性。

1996年，建设部发布[工程造价咨询单位资质管理办法]和[造价工程师执业资格暂行制度]，明确工程造价咨询要面向社会接受任务，承担建设项目可行性研究估算、工程概预算、工程结算、工程招标控制价和投标报价的编制及审核等有关工程造价咨询业务，其职能贯穿于整个建设项目全过程，即投资决策阶段、设计阶段、招标投标阶段和施工及竣工结算阶段。随着造价工程师逐步介入工程造价全过程管理，业主对造价人员执业质量要求和造价咨询成果精度要求也在逐步提高，对造价人员从项目初期介入，提供投资全过程咨询服务的期望也越来越迫切。

由上可知，造价咨询企业开展工作必须满足两方面要求：一是企业平台，即符合相应的资质和信用要求；二是人员能力要求，即必须具备相关的专业知识和技能，并取得相应的执业资格。由于造价咨询人员提供的是专业化程度较高、知识结构较为复杂的技术服务，因而，专业人才培养和企业建设一样，共同构成了造价咨询企业最基本的信用评价载体，并对企业信用体系的构建发挥着越来越重要的影响力。

2.2 信用评价体系结构要素分析

2014年10月，[江苏省工程造价咨询企业信用评价办法]正式出台，该办法在广泛调查研究和征求意见的基础上，结合实践情况和本省具体特点最新修订而成，具有很强的实用性和可操作性，同期推出的评价标准和评分表，对造价咨询企业的信用建设和内部管理具有十分重要的意义，已成为不少企业的日常行为操作规范和执行准则。

信用评价内容包括资信状况、成果质量、经营业绩、行业责任、行为记录等五个方面，采用百分制方法考评，70分基准分，30分评价分。基准分评比项不满足要求的，评比时按项减分，每一评比

项的减分不得超过本项减分限额；增分评比项符合要求的，评比时按项加分，每一评比项的增分不得超过本项增分限额。详见下表：

工程造价咨询信用评分加减分限额对比分析表

指标 分类	单位	资信 状况	成果 质量	经营 业绩	行业 责任	行为 记录	合计
减分上限	分	10	20	4	6	无限额	40
比 例	%	25%	50%	10%	15%	∞	
加分上限	分	3	1.5	14.5	7	4	30
比 例	%	10%	5%	48.30%	23.30%	13.30%	

备注：
 1、信用评价标准采用百分制，由基本分(70分)和增分(30分)两部分组成。
 2、基本分评比项不满足要求的，评比时按项减分，每一评比项的减分不得超过本项减分限额；增分评比项符合要求的，评比时按项加分，每一评比项的增分不得超过本项增分限额。
 3、行为记录作为造价咨询行业禁令要求，无上限减分要求。

由上表可知，在企业必备项目基准分 70 分的减分评审中，不良行为记录作为造价咨询行业不得违反的禁令要求，在减分项目中无限额要求，充分说明整个行业对不良行为的零容忍，这是对企业平台和个人行为的共同要求。其次，“成果质量”涉及合同管理、流程控制、质量控制、档案管理等核心作业环节，基本涵盖了一个造价咨询项目从开始到完成的所有实务性工作，因此，该项目扣分上限为 20 分，占减分上限总额的 50%，是企业信用评价体系关注的焦点。第三，“资信状况”是企业经营的门槛，不可或缺的硬件，同时需要有一定数量的专业技术人才来支撑，体现了企业实力。在减分限额项目中，“资信状况”上限为 10 分，比重为 25%，在整个评价体系中占比仅次于成果质量。

在体现企业优劣软实力的 30 分加分评审中，“经营业绩”上限分数为 14.5 分，占加分上限总额的 48.3%，充分说明“经营业绩”既能直观反映一个企业整体财务实力与经营成果，又从侧面证明客户对企业经营质量和经营发展前景的肯定。其次，分别是“行业责任”和“行为记录”这两项，各占加分限额的 23.3%和 13.3%，体现了优秀企业之所以优秀，与其对待社会责任的态度、企业本身的自律程度以及文明诚信发展程度有关，即与企业整体文化建设密不可分。

3. 信用评价制度影响企业发展的机理分析

从信用评价制度各主要指标的量化权重分析不难发现，造价咨询企业的发展与信用评价制度的核心要素息息相关。

首先，要合理利用该制度量化管理，减少最低要求的基准分扣分，增加体现优秀的附加分，通过对比、自检、自改，查漏补缺，通过具体行动完成相应的目标指向，从而引导企业走向良性可持续发展。

其次，信用评价体系对人才队伍建设提出更高要求，企业行为记录实质上是员工个人行为记录的总和，尤其是专业人才和复合型人才的培养，不仅需要高超的专业技术水平，更应有良好的道德水平和全面的综合能力，这样才能使企业一直保持良好的信用状态。

第三，信用评价体系对企业产业化发展提出需求，造价咨询作为工程咨询的一部分，与其有内在联系的相关产业还很多，其间大量存在着上下游关系和相互间价值的交换，随着全过程咨询服务的推广，产业化进程必然对造价咨询发展和复合型人才培养起到推动作用。

总之，信用评价制度依据标准化的评价内容，用规范的程序和科学的方法，对企业履行承诺的行为、能力、可信任程度进行调查、审核，将企业的人才、成果质量、实力、信誉等要素进行了科学界定，以直观的数字表示评价结果，给企业指明努力的方向。

4. 用好信用评价制度，力促企业可持续发展

信用评价制度对造价咨询企业提出目标要求，那企业如何顺应信用评价要求谋求发展？本人结合所在单位——江苏安厦的诸多成功经验，从企业规范管理、人才培养、产业链建设及文化建设方面阐述，得出实现企业的可持续发展，一定要认真做好“三重一保”。

4.1 重点加强信用体系分解落实

江苏安厦历来重视公司的社会信用，这与其平时重视企业信用体系，并通过合理有效的措施分解落实分不开。

首先是做好资信维护、培养和吸引技术人才，以实现企业资信条件最优化；其次要专注成果质量控制，以[江苏省工程造价咨询业务操作指导规程]为准则，合同先行，规范流程，严格推行咨询成果三级质量控制制度，过硬的质量才能带来良好的业绩，才能做成精品工程；再者，做良心企业，充分承担起应有的社会责任，积极参加行业活动，逐步建立企业的信用动态档案，做到无不良记录，争取良好记录。以上细节、要件层层分解，层层落实，方能形成上下一心的团队。

4.2 重点加强产业链构建

江苏安厦早在成立之初就重视工程咨询产业链建设，已形成造价咨询、工程监理、招标代理、工程咨询、工程设计、工程检测等多种资质的综合性服务企业。该产业链的构建，给造价人员内部流动及相关能力的培养提供了可能，让造价人员不仅拥有专业知识，更打开了不同人才交流学习的通道和发展空间，减少了造价行业高级人才易流失的情况。工程大咨询产业链的完善及诚信评价信息的共享，也大大促进了企业竞争力提升。

4.3 重点加强人才培养战略构建

近几年来，造价专业人员仅仅着眼于识图、算量、套定额、套信息价、取费等传统的造价咨询工作，已不能满足当前建筑业全过程造价咨询的新要求。从业人员应该是以专业技术为基础，兼有经济、法律、管理等方面知识技能的复合型人才。所以，拓展知识面，培养会管理、懂施工、懂招投标、会合同谈判等全过程咨询人才，已成为企业发展的迫切需要。在这方面，具有完整产业链的综合型项目管理公司有着无可比拟的优势，可通过培训学习、项目管理、人才流动等方式为造价咨询人员提供更广阔的平台。此外，校企联合，吸引高学历人才加入到造价行业队伍，逐步建立造价咨询行业专家库，将人才体系从战略角度实施构建，可保证人才梯队形成，达到诚信“支柱”的强健。

4.4 保持企业文化与管理体系高度一致

企业信用建设的根本环节是对信用文化的传承和发扬，企业文化无疑是很好的载体，一个企业的存在，必定有它相应的企业文化。

首先，企业文化和企业的目标、制度、理念等等是不可割裂的；其次，精神层面的企业文化可通过具象化表达：如建立“企业文化中心”、创立“书画鉴赏室”、举办特色文化活动等等；第三，在“待遇留人”的基础上，强化“环境留人”，是企业文化的重要体现。“环境”不外乎一系列融合了企业文化的管理规范和制度，要真正做到文化管理，必须着眼长远，尤其把信用建设作为做人、办企业的基本准则，不断培育信用文化，让其成为企业的核心文化。

结束语

综上，信用管理已是企业不可忽视的一项重大战略，特别是在近几年建设行业面临挑战和激烈竞争的形势下，以人才聚众为重要要素且处于成长期的造价咨询企业，更要正视压力，直面现实，开拓思路，抓住机遇，做大做强。在目前状态下，造价咨询企业可以从执行好信用评价制度、认真做好“三重一保”开始蓄力。

参考文献：

- 1、[关于印发(江苏省工程造价咨询企业信用评价办法)的通知](苏建价协(2014)10号)