

# 企业信用管理的效益分析

刘桂英

(天津工业大学工商学院 天津 300384)

**【摘要】**我国目前较低的企业信用管理水平削弱了企业的市场竞争力,造成这种状况的原因主要是我国企业对信用管理的认知程度较低。本文紧紧围绕企业良好的信用管理所能带来的经济效益和社会效益进行研究,充分论证了企业信用管理的有利之处,从而鼓励企业积极地改善信用管理。

**【关键词】**企业信用管理 经济效益 社会效益

## 一、企业信用管理的现状

企业信用管理是对企业的信用活动和信用决策进行的科学管理。从广义上说,企业为获得他人提供的信用或授予他人信用而进行的以筹资或投资为目的的管理活动都属于企业信用管理的范畴。而狭义的信用管理是指企业为增强竞争力、提高市场占有率而进行的以信用销售为主要管理内容的管理活动。本文主要论证企业良好的信用管理所能带来的经济效益和社会效益,采用的是广义的信用管理含义。在经济全球化加速发展、企业竞争更加激烈的今天,信用管理具有很重要的现实意义。而我国目前较低的企业信用管理水平削弱了企业的市场竞争力,造成这种状况的原因主要是我国企业对信用管理的认知程度较低。

1. 企业信用管理知识是我国企业界的“稀缺知识”。有统计数据表明,从来没有进行过赊销的企业,约占13%;完全没有信用管理功能,管理人员甚至没有听说过信用管理的企业,约占51%;没有信用管理部门,但行使了个别信用管理职能的企业,约占39%;设有信用管理部门的企业,约占10%(绝大多数为三资企业);我国企业中开展系统、完善的信用管理的非外资企业比例为0.1%。

2. 学术界对企业信用管理研究甚少。目前,我国大专院校大都没有开设信用管理课程。清华大学、中国人民大学、上海财经大学、首都经贸大学、吉林大学等已于2002年开设信用管理专业,但更多的院校还在申请中。国内有关信用管理方面的书籍也比较少见。

3. 国家职业资格培训和认证工作刚刚起步。信用管理师是劳动和社会保障部于2005年3月正式发布的新职业之一,其培训和认证工作是加快国家信用体系建设的重要内容。随着劳动和社会保障部职业技能鉴定中心《信用管理师国家职业标准》的正式颁布,由劳动和社会保障部中国就业培训技术指导中心、中国市场学会信用工作委员会联合举办的全国首期信用管理师国家职业资格教师培训班,于2006年4月26日至29日在北京成功举办。至此,社会各界期盼已久的信用管理师国家职业资格认证工作正式启动。

## 二、企业信用管理的经济效益

1. 可以增加企业客户数量和提高客户质量。信用管理对企业客户的影响程度取决于企业给予客户的信用条件。虽然企业信用管理工作不仅仅在于确定给予客户的信用条件,但所有工作的结果最终都会反映到这个上面来。企业的信用条件及其改变会影响到企业的客户状况,包括对客户数量和客户质量的影响。

(1)信用管理对企业客户数量的影响。良好的信用管理有助于巩固和发展与老客户的关系。企业与客户的交往时间越长,对该客户的信用状况越了解。在客户保持良好经营状况的情况下,企业给予客户的信用额度会更大,从而留住了客户,促进了销售。对于新客户,缺乏信用管理的公司可能因为其信用风险不明而拒绝提供赊销,而信用管理良好的公司则能够通过科学的方法鉴别和确定其信用风险大小并给予合适的信用条件。这使后者更有可能获得新的客户。另外,缺乏信用管理的公司对于信用风险不明的新客户有可能给予超出其实际风险水平的赊销额度,从而增加销售的风险。

(2)信用管理对企业客户质量的影响。良好的信用管理有助于提升客户群的质量。信用管理规范的企业会对资信状况良好的客户给予超过市场平均水平的信用额度和信用期,对于资信状况较差的客户,企业与其进行现款交易或给予较小的信用额度和较短的信用期,这类客户本来就存在资金周转方面的问题,在得不到融资机会时,一部分会慢慢退出市场。另外一些客户看到资信状况较好的客户能得到更优惠的信用条件,无形中会受到影响或激励,从而不断改善自身的资信状况。最终结果是,资信状况好的客户聚集于信用管理水平高的企业,资信状况差的客户聚集于信用管理水平低的企业。良好的信用管理提升客户质量的过程就这样完成了,企业就会拥有一个稳定守信的高质量客户群体,企业的形象也会得到很大提升,这反过来又有助于企业市场的开拓。

2. 可以增加企业的有效销售额。信用管理的最直接目的是规避赊销风险,加强贷款的回收,因此,有效销售额是考察信用管理效果的一个较合理的指标。例如:A公司目前大量采

用赊销方式进行销售,每年销售额达到1 000万元,但由于缺乏信用管理,坏账比率约为20%(即200万元),那么A公司的有效销售额为800万元。如果A公司开始加强信用管理,严格控制赊销规模,其销售额下降到900万元,但坏账减少至50万元,那么A公司的有效销售额为850万元。从该例我们可以看到,实施了严格的信用管理后,销售额下降了,但有效销售额上升了。显然,实行信用管理对企业来说是有利的,不仅增加了企业的有效销售额,而且最终增加了企业利润。

3. 有利于企业扩大市场份额。信用管理在国外被称为“最能使企业产生直接效益的管理措施”。有效的信用管理,可以在追求销售最大化的同时,将信用风险降至最低,增强企业销售能力。实践表明,在买方市场条件下,一个企业要在激烈的市场竞争中脱颖而出,除加强商品质量和价格竞争之外,还有一个重要方面就是要提高信用销售的能力,也就是说,要更多地采用信用结算方式增强企业的竞争力。如果只采用现款交易,许多客户会因缺少现款而无力购买,使用信用交易方式则可以增强这些企业的购买能力。信用交易相当于为买方提供了无成本或低成本的资金来源,因而成为企业短期融资的一个重要渠道。若企业不采用信用交易,就意味着不能提供短期融资,也难以扩展市场份额,还会丧失部分潜在市场。

4. 有利于树立企业信誉。对于企业来讲,实行信用管理会促进企业树立良好的信誉。拥有良好信誉的企业可以凭借信用资源首先取得诸如零配件等流动资产的使用权,尽快扩大生产,以适应市场需求,占得市场先机。企业可以凭借良好的信誉取得土地、先进技术、专有技术等的使用权。企业筹资的一般途径是直接融资和银行贷款。对于后一种途径,在大多数情况下,企业都是凭借良好的信誉状况从银行取得贷款。同时,企业获得的这种信任也是一种短期筹资方式,既可缓解企业短期流动资金紧张的状况,又提高了企业应对市场的灵活性。良好的信用管理不仅仅是企业摆脱资金困难的有力保证,也是企业扩大经营规模的助力器。在某些特殊时期,企业甚至可以凭借良好的信誉起死回生。由此可见,企业信用是企业的一项重要无形资产。信用作为一项无形资产,对企业来讲是非常宝贵的,信用资产与物质资产和人力资源有机结合在一起就会产生高效的生产力和较强的竞争力,从而提升企业的盈利能力和市场价值。

### 三、企业信用管理的社会效益

1. 从宏观角度看可以起到扩大整体市场规模的作用。在市场发展到一定阶段后,发达国家无一例外地靠扩大该国的信用交易总额来扩大市场规模。完善的信用管理是保证信用交易成长的条件,在良好的市场信用环境下,一国的市场规模会因为信用交易而扩大几倍甚至几十倍。有效的信用管理,使市场规模得以扩大,由此可以间接地提高就业水平,增加政府税收总额。

2. 促进市场经济的发展。我国发展市场经济的重要一环就是发展信用经济,吴敬琏教授提出了“市场经济就是信用经济”的观点。浙江大学的徐建斌也提出了类似的观点:市场经

济是信用经济,诚信是经济交易关系的建立、市场的形成和发展的必要前提,缺乏诚信不仅严重影响市场秩序和经济运行的效率,甚至会导致市场的崩溃。发展信用经济的核心问题是提高信用管理的水平。信用管理的成败直接决定了信用经济的发展速度,间接影响了我国市场经济发展的整体过程。商业社会的发展离不开诚信,最适合市场经济的信任取得方式应该是借助资信调查与评估而得出资信等级。凭借较高的资信等级,商家才可以把生意越做越大,进而实现整个市场的繁荣。只有不断完善和加强信用管理,我国才有可能渡过所谓的“诚信危机”。

3. 促进社会诚信文化的构建。企业作为社会的重要成员,其自身的信用管理形成的企业诚信文化本身就是社会诚信文化的重要组成部分,企业良好的信用状况将对社会其他群体起到很大的示范作用。企业信用管理中的客户风险管理包括客户资信调查和客户档案管理,信用管理人员根据其来确定客户的资信等级,进而授予客户相应的信用额度。这一举措促使客户诚信观念的确立和诚信行为的实现,从而客观上成为构建社会诚信文化的一项强有力的措施。

4. 有助于建立整个社会的信用体系。一个社会的信用状况,不仅取决于外部信用服务水平和法制环境,更取决于各经济主体自身的信用约束和风险防范能力。企业作为社会经济运行的基本细胞和主体,其自身的信用管理状况决定了整个宏观经济系统的运行特点和环境。目前,商业信用、银行信用等诸多问题都与企业的信用管理状况有直接的关系,尤其是企业间、银企间的恶性债务拖欠问题。对此,不仅要从宏观上强化法制和政策措施,更要从微观上建立和完善企业内部信用管理制度。正是从这个意义上讲,笔者认为,当前打碎整个社会经济运行中的恶性债务链,关键环节在于完善企业的信用管理。

完善的企业信用管理呼吁社会信用信息系统及法律制度的完善,从而对整个社会诚信系统的建设与完善起到推动作用。企业对客户进行风险评估,需要收集客户的背景资料、财务状况、付款记录等方面的信息,企业不仅需要整理内部现有的数据,还要有外部信息作为参考,特别是面对新客户时,外部信息更是必不可少的,而此时外部信息的充分性和可靠性变得尤为重要。这就需要社会建立起企业的信用档案,即诚信信息系统。目前,社会上某些资信调查公司推出的付款交流系统,就是社会诚信信息系统的一个组成部分。加入到这个付款交流系统的企业,都要将本企业的应收、应付账款明细输入其中,缺乏诚信的企业必然被曝光而无法生存。这样,社会各界的诚信意识将逐步提升,社会的诚信系统将日臻完善。也只有这样,社会诚信文化建设才能步入良性循环。

### 主要参考文献

1. 张永贞. 企业信用管理及其社会诚信建设. 港口经济, 2002;5
2. 安贺新. 加强企业信用管理, 提高企业竞争力. 经济研究参考, 2004;40
3. 刘光明. 企业信用与企业发展. 经济世界, 2003;7