



# 我国企业信用体系预警机制研究

西安交通大学管理学院 王小红 窦洪滨

我国目前尚处于社会主义市场经济体制转轨时期,信用体系尚未完全建立,重建社会信用体系已是当务之急。其中,企业信用体系预警机制的建立是最主要的基础工作。一方面,内部环境决定了我国建立企业信用体系预警机制的紧迫性。当前,我国信用秩序相当混乱,信用缺失现象比较普遍。企业制造伪劣产品以及做假账现象时有发生,这充分体现了企业信用的缺失;而个人贷款迟迟不归还,增加了银行经营风险,这充分体现了个人信用的缺失。另一方面,外部环境也决定了我国有必要尽快建立完善的企业信用体系预警机制。我国加入WTO后,外部竞争更加激烈,这势必要求我们迅速建立起自己完善的企业信用体系,从而有利于参与国际竞争。

## 一、预警机构的设计

**1.信用档案部门。**随着当今计算机和互联网技术的高速发展,我国信用档案部门应该运用数据库技术建立起信用数据库档案。笔者认为,该信用数据库至少应该包括企业和个人的信用数据库记录,并且信用数据库应该记录企业与个人在实际交易活动中的守信情况。另外,应该建立信用中心网站,并把信用数据库的内容加入其中,目的是能够让企业或者个人随时查询所需信息。这样,信用档案部门建立了信用数据库以后,就可以从中随时调出所需的企业或个人的信用信息,从而为信用危机的发生提供预警。但值得注意的是,为了防止企业或个人信息被盗取,查询信息的相关人员应该予以授权才行。

**2.信用等级评估机构。**信用等级评估机构的成立既是我国的现实需要,也是借鉴国外先进经验的结果。国外一般都设有专门的信用评估机构,并且这些机构在国际上具有很高的权威性。比如资本市场上的信用评估机构,目前美国有穆迪、标准普尔和菲奇公司;而消费者信用评估机构,有美国人控股的全联公司、Equifax公司和英国人控股的益百利公司。所以,我国也必须建立权威性的信用评估机构来评估企业和个人的信用。关于信用等级的评估,笔者认为可以采用考分加等级的评估方法。当然,在进行考分加等级评估之前,应该设计评估的指标。在以企业为评估对象时,选取的评估指标主要是应付账款指标以及与相关单位的应收账款指标相结合。当然,为了防范企业自身造假或者相关单位造假,可以同时采用现金流量表的相应指标来进行考核。这样,就可以根据企业或个人的评估指标对其信用等级进行评估。在这里,笔者建议把考分总分定为120分,等级分为A、B、C、D、E五个等级。银行等其他金融机构每年可以根据企业或个人信用等级的不同来决定是否给予其贷款,以及给予多少额度的贷

款,也即将贷款额度与信用等级相挂钩。

**3.信用管理部门。**信用管理部门的设立也是为了实现预警的重要考虑。因为即使有了信用档案部门与信用等级评估机构,如果没有相应的信用管理部门的话,一些制度的设立在某种程度上也会失去意义。所以,我国在建立信用体系的过程中,一定要考虑设立专门的信用管理部门,使这些制度的实行存在内在的实体。最好由国家出面设立信用管理部门,因为这样可以体现其权威性。至于信用管理部门的职责,则至少应该包括保管好企业及相关人的信用档案,管理信用等级评估机构,做好信用信息公布工作,以及要能及时给其他人员提供所需信用信息等。只有这种专门部门把信用工作做好了,才可以保证其他企业或个人得到的信用信息的正确性。信息管理部门的设立,同时也是为了保证信用体系的完整,保证企业信用体系预警机制顺利发挥作用。



## 二、预警群体的设计

**1.媒体的监督预警。**对于我国目前信用缺失严重的情况,解决问题的重要一点就是要做到媒体的监督预警,比如可以通过五大媒体即报纸、电视、杂志、广播、互联网进行有效的监督。不过针对我国目前的情况,最有效的就是通过电视这种传统媒体进行监督,因为我国电视的普及率几乎达到了99%,宣传力度很大。

另外,还要注意选择中央电视台来进行有效的媒体监督。由于中央电视台在国内既具有强大的影响力,又具有其他电视台无可比拟的权威性,所以选择中央电视台对信用差的企业和个人进行曝光,会给她施加有效的舆论压力。当然,同时还应该宣传信用好的企业和个人,这也可以为其他企业和个人提供其所需的、有效的信用信息。

**2.广大群众的监督预警。**在我国目前情况下,我们应该注意群众举报的风险与收益之间关系的处理。也就是说,广大群众在冒着风险举报的同时,相关部门应该给予其一定的报酬,这才能充分体现经济学中效益与风险挂钩的原则。在诸多会计造假案中,涌现出了许多群众举报造假单位的例子,从而使相关部门很难发现的问题都被揭露出来,这在很大程度上对信用差的单位或者个人进行了有效的监督预警。如果能充分运用广大群众的监督来进行预警,则可以有效促进信用管理部门及时发现并解决问题。

# 小议个人授权与集体授权

山西财经大学 杨瑞平

从近年来发生的企业“一把手”贪污舞弊案件来看,内部控制失效,特别是授权批准控制失控是引发这些案件的重要原因。授权批准控制是内部控制的方式之一,指企业的任何经济业务都必须事先得到授权批准,否则就不能办理。它能使经济业务得到事前控制,做到防患于未然。按照主体的不同,授权批准控制可以分为个人授权和集体授权两种。授权批准控制能否有效进行,发挥出其应有的作用,关键在于企业能否正确处理好个人授权与集体授权的关系。所谓个人授权,是指负责财务支出审批的人员,根据自己拥有的审批权限,独立地对有关财务支出进行审批的授权制度;所谓集体授权,是指有权参加财务支出审批的人员,通过召开会议,按照少数服从多数的原则形成会议决议,对有关财务支出进行审批的授权制度。

个人授权具有效率较高、责任明确等优点。但是,如果相关制衡措施不到位、不得力,个人授权就会形成权力失控,极易产生贪污舞弊和腐败犯罪行为;如果被授权者品德不好、业务素质不高,就可能导致个人授权产生决策失误或个人授权流于形式,从而会降低授权控制的质量和效率。因此,个人授权应当被限制在日常零星开支的审批方面。集体授权具有权威性,质量较高。但是,集体授权成本比较高,效率比较低,不能随时进行,且容易形成相互牵制,不利于明确审批责任,从而也可能影响审批质量。因此,集体授权应当主要用于预算内的重大开支和预算外开支的审批方面。

企业应以书面文件的形式,明确规定个人授权审批的依据、业务范围、资金限额、接受监督检查的方式和途径,应承

### 三、预警指标的设计

**1. 财务指标。**从财务管理的角度来看,财务指标的预警中,不仅要选用常用的、传统的财务指标,还应该采用现金流量表中的相关指标,从而使企业的业绩可以得到更准确的确认,为信用的预警提供基础。之所以要采用现金流量表中的相关指标,是因为传统的财务指标具有很大的局限性与不足。现金流量表指标的最大优点就在于企业一旦造假,计算出的指标会出现前后矛盾。因此,我们必须重视现金流量表中的相关指标,这样既可以在一定程度上避免企业经营者进行会计造假,也可以为其最终信用的获得提供保障。

**2. 非财务指标。**从营销管理的角度来考虑,对于企业信用的预警可以采用营销管理中的指标对企业的信用进行预测。在这里,笔者认为应该从企业的长远发展来考虑。由于品牌价值的高低基本上体现了企业的价值所在,因此应该引进营

销管理的审批责任和发生失职行为应受到的追究等;明确规定参与集体授权审批的人员范围、集体授权审批的议事程序和决议方式、应当集体授权审批的支出业务种类和金额范围等。在制定集体授权审批方面的规定时,要遵循三分之二多数参会原则、参会人员一人一票原则、少数服从多数原则、每议必决原则、主要负责人根据集体决议签字并负主要责任原则,确保集体授权审批具有较高的效率和质量。企业履行授权批准授权的各级管理人员,特别是高层管理人员,都应当严格依照企业有关文件的规定,正确处理个人授权与集体授权的关系。

在处理个人授权与集体授权的关系上,既要防止“一支笔”独裁一切财务支出问题的情形出现,也要防止“人人拥有否决权”的“共同审批”,还要防止将财务支出切块进行“分块审批”的“财务割据”。因为“一支笔”独裁容易产生难以控制的超强权力,无法形成内部控制所需的制衡机制,极易导致贪污腐败;“共同审批”极易导致议而不决,相互掣肘,无法审批,从而贻误工作和商机,降低工作效率;“分块审批”极易导致争预算,扩大支出,损失浪费等问题,不利于统筹企业财务资源,实现企业经营目标,而容易形成变相的“一支笔”独裁问题。

正常的“一支笔”财务审批制度,是指企业的一切财务支出都由企业负责财务审批的领导(通常是企业负责人),在有效的授权和预算控制下,一个人统一负责审批财务支出的制度。“一支笔”审批不应当是大权独揽的财务审批,其权力应当来自于企业权力机构的授权,并要受企业权力机构审批的财务预算和财务决算的制约。“一支笔”审批并不排斥集体授权

销管理学中的一个重要指标,即品牌影响力指标。品牌影响力是指品牌开拓市场、占领市场并获得利润的能力。世界品牌实验室评价品牌影响力的基本指标,包括品牌知名度、品牌认知度、品牌美誉度、品牌偏好度、品牌占有率、品牌满意度、品牌忠诚度。其中,核心指标是品牌忠诚度。之所以选用这个指标,是因为这个指标可以在一定程度上显示企业品牌价值的高低,更重要的是可以显示企业价值的高低。如果企业的品牌影响力很大,说明它的产品得到了人们的普遍认可,也侧面表明它的信用是非常好的。这个指标值的获得,可以每年通过专门的品牌评估部门来做出评估,得出指标值后,可以对企业进行横向与纵向的比较研究,从每个侧面评价企业的信用情况。因此,笔者认为应该从这种与其他学科交叉分析中找到可以预警企业信用状况的指标,这样才有助于企业信用体系的进一步发展完善。☐