

交通行业信用评价体系

我国的交通运输企业中不仅有大型的国有企业，也有许多的中小型民营企业，但由于其特殊的经营属性，在进行信用评价时，不能完全采用普通企业的信用评价指标。运输企业信用考核，是衡量运输企业遵守市场规则、诚实经营程度的一个重要制度，是对运输企业在一个阶段的经营行为、安全生产、服务质量、规费缴纳等情况的综合评价，主要目的是引导道路运输企业诚实守信、规范服务，创造良好的运输市场竞争环境，切实保障旅客、货主和其他当事人的合法权益，同时也为运政监管机关的日常监管提供量化标准。交通运输企业由于其经营的特殊性，在信用评价指标的选取上，有别于其他的普通企业。

1 交通企业评价内容可分为

(1) 安全状况：是道路运输组织和管理过程中必须考虑的重要因素，交通运输企业的安全状况关系到旅客的人身安全和货物的运输安全，是考核运输企业信用状况的必不可少的指标。

(2) 经营状况：是考查运输企业自身营运状况的指标。通过对企业经营状况的统计，可以使企业和社会更加具体地了解到企业目前的发展状况和潜力。该指标具体由经营策略、盈利能力和市场分析构成。经营策略是指交通运输企业有无完善、系统的对于现在和未来经营的规划和战略部署；盈利能力是指企业目前的盈利状况和对企业综合状况分析后所得到的企业未来的盈利潜力；市场分析是指企业能否客观地对目前所占有的和潜在的市场进行客观分析，提高企业的市场占有率。

(3) 服务状况：是考查运输企业服务水平的指标。企业服务情况的考查，就是对企业核心竞争力的考查，是企业长远发展所必需考虑的因素，服务状况的好坏是顾客和社会评价企业诚信状况的首选指标。

(4) 财务状况：是企业正常经营的基础。企业财务状况的好坏直接影响到企业的内部经营和外部诚信形象的建立。该指标由报表质量、负债比率、盈利能力比率构成。

(5) 管理状况：由管理层综合素质、管理控制能力和企业组织形式构成。管理层综合素质指运输企业管理层工作人员的学历、工作经验和实践能力方面的综合考查。

2 交通行业信用评价评价分析方法

层次分析法是系统工程中对非定量事件做定量分析的一种有效方法，其原理是把复杂的问题分解为各组成因素，将这些因素按支配关系分组，以形成有序的阶梯层次结构。层次分析法在系统评价方法中应用比较广泛。交通运输企业信用评价模型即可使用层次分析法来建立。

3 交通行业信用评价体系构建的基本原则

(1) 针对性：针对交通行业特殊性构建有本行业特点的指标。

(2) 相关性：指标体系要有层次性，指标体系的构建包括目标层、主因素层、子因素层。目标层就是交通运输企业信用评价指标体系。

(3) 可理解性：信用评价指标要简明易懂，选一些大多数人看不懂的指标是毫无意义的。

(4) 可比性：信用评价结果之间进行比较都必须建立在“可比”的基础上。

(5) 全面性：不仅要关注财务数据，还要关注非财务状况以及影响信用表现的其他方面。交通运输企业信用评价指标体系构建。