

工程造价咨询企业核心竞争力提升策略研究

张继平

赤峰万泰华工程造价咨询有限公司 内蒙古赤峰 024000

摘要: 随着建筑行业市场竞争日益激烈,工程造价咨询企业要想在市场中占据有利地位,必须不断提升自身核心竞争力。本文深入剖析了工程造价咨询企业核心竞争力的构成要素,结合当前行业发展现状与面临的挑战,从人才培养与引进、服务质量优化、技术创新应用、品牌建设与市场拓展等多个方面提出了具体的提升策略,旨在为工程造价咨询企业实现可持续发展提供理论参考与实践指导。

关键词: 工程造价咨询企业;核心竞争力;提升策略

引言

工程造价咨询企业在建筑工程项目全生命周期中发挥着关键作用,其业务涵盖项目投资估算、设计概算、施工图预算、工程结算审核等多个环节,为项目各方提供专业的造价管理服务。然而,随着建筑市场的不断发展与变化,工程造价咨询企业面临着来自同行竞争加剧、客户需求多样化、政策法规更新等多方面的挑战。在这种背景下,如何提升核心竞争力,成为工程造价咨询企业亟待解决的重要问题。

1. 工程造价咨询企业核心竞争力的构成要素

1.1 专业人才

专业人才是工程造价咨询企业的核心资源。具备丰富造价管理经验、熟悉工程技术知识、掌握相关法律法规和政策的专业人才,能够准确进行工程造价的编制、审核与控制,为客户提供高质量的咨询服务。优秀的造价工程师不仅要精通造价业务,还应具备良好的沟通协调能力、团队合作能力和问题解决能力,以应对复杂多变的项目需求。

1.2 服务质量

服务质量是企业赢得客户信任与市场份额的关键。高质量的工程造价咨询服务体现在准确性、及时性和专业性上。准确的造价成果文件能够为项目决策提供可靠依据,及时响应客户需求并按时交付成果,展现企业的高效运作能力。同时,专业的服务团队能够为客户提供全面、深入的咨询建议,帮助客户解决项目实施过程中的各种造价问题。

1.3 技术创新能力

在信息化时代,技术创新能力对于工程造价咨询企业至关重要。先进的工程造价管理软件、BIM(建筑信息模型)

技术、大数据分析等在工程造价领域的应用,能够提高工作效率、提升造价精度、优化项目管理流程。具备技术创新能力的企业能够更好地适应行业发展趋势,为客户提供更具价值的服务。

1.4 品牌与声誉

良好的品牌与声誉是企业长期积累的无形资产。在市场竞争中,品牌知名度高、声誉良好的企业更容易获得客户的认可与选择。企业通过提供优质的服务、成功完成重大项目、积极履行社会责任等方式,树立良好的品牌形象,提升市场竞争力。

2. 当前工程造价咨询企业面临的挑战

2.1 市场竞争激烈

随着工程造价咨询行业的快速发展,市场上涌现出大量的咨询企业,导致市场竞争异常激烈。部分企业为了获取业务,采取低价竞争策略,扰乱了市场秩序,也使得整个行业的利润空间受到挤压。

2.2 客户需求多样化

建筑工程项目的规模、类型和复杂程度各不相同,客户对工程造价咨询服务的需求也日益多样化。客户不仅要求准确的造价成果,还期望企业能够提供全过程造价管理、项目风险评估、成本控制方案制定等一站式服务,这对企业的服务能力提出了更高要求。

2.3 行业法规政策变化频繁

工程造价咨询行业受到国家和地方一系列法规政策的严格监管,如工程造价计价规范、招标投标管理办法、税收政策等。这些法规政策随着行业发展和宏观经济形势的变化而

不断调整更新,企业需要及时了解并适应政策变化,否则可能面临合规风险,影响企业正常运营。

2.4 技术更新换代快

信息技术在工程造价领域的应用日新月异,新的软件工具、技术方法不断涌现。部分企业由于技术更新投入不足,员工对新技术的掌握程度不够,导致在市场竞争中处于劣势,难以满足客户对高效、精准造价服务的需求。

3. 工程造价咨询企业核心竞争力提升策略

3.1 人才培养与引进策略

3.1.1 内部人才培养体系建设

制定系统的培训计划:根据员工的岗位需求和职业发展规划,制定涵盖专业技能、项目管理、沟通协调等方面的培训课程。定期组织内部培训、专题讲座、案例分析会等活动,邀请行业专家和企业内部资深员工进行授课,提升员工的业务水平。

建立导师制度:为新入职员工或经验相对不足的员工配备导师,导师通过言传身教,帮助员工快速熟悉工作流程、掌握工作技巧,解决工作中遇到的问题,促进员工的成长与发展。

鼓励员工自主学习与考证:设立学习奖励机制,鼓励员工自主学习新知识、新技术,参加各类造价工程师、建造师等职业资格考试。对取得相关证书的员工给予一定的物质奖励和职业晋升机会,激发员工的学习积极性。

3.1.2 外部人才引进

制定具有吸引力的人才引进政策:根据企业发展战略和业务需求,明确所需人才的类型和条件,制定具有竞争力的薪酬待遇、福利待遇和职业发展空间,吸引行业内优秀的造价工程师、项目管理人才等加入企业。

拓展人才引进渠道:通过参加各类人才招聘会、校园招聘、行业论坛、专业人才网站等渠道,广泛宣传企业形象和招聘信息,积极寻找符合企业需求的人才。同时,加强与高校的合作,建立实习基地,提前锁定优秀的应届毕业生。

注重人才的整合与融合:在引进外部人才后,要做好人才的整合工作,帮助新员工尽快融入企业的文化和团队。通过组织团队建设活动、开展跨部门项目合作等方式,促进新老员工之间的交流与沟通,充分发挥人才的协同效应。

3.2 服务质量提升策略

3.2.1 建立完善的质量管理体系

制定服务质量标准:依据国家相关法规政策、行业规

范和客户需求,制定详细的工程造价咨询服务质量标准,明确服务流程、成果文件格式、质量控制要点等内容,确保服务过程的规范化和标准化。

实施全过程质量控制:在项目承接、项目实施、成果交付等各个阶段,建立严格的质量控制机制。对项目进行分级管理,明确各级管理人员的质量职责,加强对项目的审核与监督。在项目实施过程中,定期进行质量检查和评估,及时发现并解决质量问题。

引入客户反馈机制:建立客户满意度调查制度,定期对客户进行回访,了解客户对服务质量的评价和意见建议。对客户反馈的问题及时进行整改,不断优化服务质量,提高客户满意度。

3.2.2 提供多元化、个性化服务

深入了解客户需求:在项目承接前,与客户进行充分沟通,了解项目的背景、目标、需求特点等信息,为制定个性化的服务方案提供依据。

拓展服务领域:除传统的工程造价编制与审核业务外,积极拓展全过程造价管理、项目投资策划、成本控制咨询、合同管理咨询等多元化服务领域,满足客户在项目全生命周期的不同需求。

定制个性化服务方案:根据每个项目的特点和客户需求,为客户量身定制服务方案,提供针对性的解决方案。例如,对于大型复杂项目,采用BIM技术进行造价管理,实现可视化、精细化的成本控制;对于小型项目,提供简洁高效的造价咨询服务,降低客户成本。

3.3 技术创新应用策略

3.3.1 加大技术研发投入

设立技术研发专项资金:企业应每年安排一定比例的资金用于技术研发和创新,鼓励员工开展技术创新活动。与高校、科研机构合作,共同开展工程造价领域的技术研究,推动新技术、新方法的应用。

引进先进的技术设备和软件:及时关注行业技术发展动态,引进先进的工程造价管理软件、BIM软件、大数据分析工具等,提高企业的工作效率和技术水平。同时,对现有技术设备和软件进行定期更新和升级,确保其性能的先进性和稳定性。

3.3.2 加强员工技术培训与应用推广

开展技术培训活动:针对新引进的技术设备和软件,

组织员工进行专项培训,使员工熟练掌握其操作方法和应用技巧。通过举办技术竞赛、优秀案例分享等活动,激发员工应用新技术的积极性和创造性。

建立技术应用示范项目:选择部分具有代表性的项目作为技术应用示范项目,在项目中全面推广应用新技术、新方法,总结经验教训,形成可复制、可推广的技术应用模式,逐步在全企业范围内推广应用。

3.4 品牌建设与市场拓展策略

3.4.1 品牌建设策略

明确品牌定位:根据企业的核心业务、服务特色和市场目标,明确企业的品牌定位,塑造独特的品牌形象。例如,将企业定位为高端、专业、高效的工程造价咨询服务提供商,突出企业在技术创新、服务质量等方面的优势。

加强品牌传播与推广:通过企业官网、社交媒体、行业杂志、参加行业展会等多种渠道,广泛宣传企业的品牌形象、业务范围、成功案例等信息,提高企业的品牌知名度和美誉度。积极参与行业标准制定、学术研究等活动,提升企业在行业内的影响力和话语权。

注重品牌维护与提升:品牌建设是一个长期的过程,企业要始终坚持以客户为中心,提供优质的服务,维护品牌形象。对品牌危机事件要及时处理,采取有效措施消除负面影响,不断提升品牌价值。

3.4.2 市场拓展策略

深耕现有市场:对企业现有的客户群体和业务领域进行深入挖掘,通过提供优质的服务,提高客户满意度和忠诚度,争取获得更多的业务合作机会。加强与现有客户的沟通与合作,了解客户的潜在需求,为客户提供增值服务,拓展业务范围。

开拓新兴市场:关注国家宏观经济政策和行业发展趋

势,积极开拓新兴市场。例如,随着国家对基础设施建设、绿色建筑、智慧城市等领域的大力投入,工程造价咨询企业可在这些新兴领域寻找业务机会,提前布局,抢占市场份额。

加强区域市场拓展:根据企业的发展战略和资源配置情况,有计划地拓展区域市场。在重点区域设立分支机构或办事处,加强本地化服务能力,深入了解当地市场需求和政策法规,提高企业在区域市场的竞争力。

4. 结论

综上所述,工程造价咨询企业核心竞争力的提升是一个系统工程,需要企业从人才培养与引进、服务质量提升、技术创新应用、品牌建设与市场拓展等多个方面入手,制定并实施切实可行的策略。在激烈的市场竞争环境下,只有不断提升核心竞争力,工程造价咨询企业才能在中立足并实现可持续发展。同时,企业应密切关注行业动态和市场变化,及时调整经营策略,以适应不断变化的市场需求,为建筑行业的发展提供更加优质、高效的工程造价咨询服务。

参考文献:

- [1] 史伟利,邓正升.高质量发展背景下工程造价咨询企业核心竞争力影响因素分析[J].河北企业,2023,(02):25-27. DOI:10.19885/j.cnki.hbqy.2023.02.028.
- [2] 尹贻林.工程造价咨询企业的发展战略解析[J].项目管理评论,2022,(02):78-81.
- [3] 冉文娟,杨瑞利.工程造价咨询企业核心竞争力分析及提升研究[J].居舍,2020,(09):179+188.
- [4] 李晓武.新形势下工程造价咨询企业的发展探讨[J].工程经济,2019,29(02):5-9. DOI:10.19298/j.cnki.1672-2442.201902005.