

●汤兆魁

咨询业的关键要素与值得探讨的问题

ABSTRACT Chinese consultation industry is composed of 3 key elements ;information,technology and qualified personnell. In order to make it suitable for the needs of economic development, We should firmly grasp the legalization of consultation industry , set up management organizations , establish the evaluation quotoa system for products of the service and draw up critaria for evaluating service benefits , 3 refs .

SUBJECT TERMS Consultation industry —studies

CLASS NUMBER G259.6

1 咨询业的简史

古今中外咨询早已存在,表现形式多种多样。古代的埃及、希腊、巴比伦和中国,相面、占卦、算命和占星术等宗教、迷信活动可以说是最初的一种咨询活动。我国春秋战国时期为统治者出谋划策,充当说客的谋士则已十分明显地起着咨询决策的作用。

英国是第一次产业革命的发源地,也是世界上建立咨询业最早的国家之一,已有200多年的历史,但真正进入科学咨询活动时期则在本世纪。1913年英国首先成立了英国咨询工程师协会(ACE),以法律形式确定了咨询活动的学术地位。至于把咨询、咨询业纳入社会化、程序化、产业化的轨道则是第二次世界大战前后的事。二战后期,现代科学技术,尤其是用于军事目的的科学技术获得了飞速发展。这些高新科技项目或尖端科技项目的特点是:综合性、复杂性、跨学科、超行业、多方向、多层次、立体交叉、相互渗透。如美国战时提出的大型科研项目:1942年的“曼哈顿工程”(制造原子弹),先后动员了全国15万人,耗资25亿美元,动用了全国1/3的电力。1958年,美国提出的“北极星导弹”

计划,组织了全国性协作,参加该项目的共11000多个单位。1961年美国组织的为期10年的“阿波罗登月计划”,动员了42万人,2万家公司,120所大学,耗资300亿美元,其规模超出历史上任何一项科研活动。

攻克艾滋病和癌症以及高空臭氧层空洞的弥合等课题,则需要世界范围内的共同协作才能解决。

2 信息、技术人才是咨询业的三要素

组成咨询业的因素有许多,但从根本上说只有三个要素:信息、技术和人才。

信息。在当今信息社会里,谁最快、最准地获得信息、掌握和应用信息,谁就掌握了主动权,就可能取得成功。从这一点看,信息与物质能源一样也是一种宝贵的财富,确切一点说,今日的财富(资金)是按照谁掌握信息多少这一原则进行分配的。

技术。完整地说应该是科学和技术,这是利用信息的手段,谁在技术上先进,谁的经济就发达,谁就掌握了主动权。

人才。在咨询业中人才因素是最为重要的,咨询课题是由人来做的,咨询报告要由人来写。咨询业对人才的素质要求特别严格:高

标准;高品格;高层次;多面手;高智能。在一般性的研究机构里,高级、中级和初级研究人员构成约 1:2:3 或 1:3:6。这种宝塔式或称正三角形结构被认为是正常的、合理的结构。但在一个咨询公司内,其高、中、初级的人才结构正好倒过来。如美国的兰德公司共 600 多人,学科、专业比例为:工程技术 28%,物理学 12%,社会学 6%,数学 4%,计划统计 9%,经济学 15%,运筹学 4%,其他 12%。它的咨询范围有军事、政治、经济、外交、社会、科技、生活等方面。在这 600 多人中,博士生 200 名,占 1/3,硕士生 178 名,占 32.5%,这两项相加占 70%。又如联邦德国罗兰·贝格·派克纳国际咨询公司共有 157 人,分为三个层次:第一层次 30 人,占 19%,属于高层次专家,具有决策权;第二层次 76 人,占 49%,是一批富有经验,能独当一面的咨询人员;第三层 51 人,占 32%,是正在成长的、有发展前途的咨询人员。它的全部人员均是高等院校的正规毕业生。

我国的咨询业起步晚,基础差,底子薄,专业咨询人才严重不足,现有的专职咨询人员大多是从大学、研究单位、工程设计部门、信息研究分析部门转过来的,虽然有丰富的专业经验,但对咨询工作并不在行。目前的咨询人才素质还不尽人意,主要问题是知识面窄,知识结构不合理,知识严重老化,缺乏现代咨询意识;多数人不懂得定量咨询研究分析方法;有些咨询人员年迈体衰,文化水平低,科技知识贫乏,观念陈旧,思想僵化,固执已见,缺乏实际咨询能力;少数咨询顾问,缺乏战略概念、市场观念、竞争观念、开拓观念、风险观念、效益观念、系统观念和责任感;还有极少数的顾问只是挂个名,很少做实际工作。

咨询人员的专业结构不太理想。不同学科(如社会科学,自然科学、技术应用)之间、不同性质工作(如研究人员、技术人员、管理人员)之间,人员构成分配、搭配不够,造成多

学科、多专业、跨行业、立体交叉和整体协作攻关能力不强,科技研究开发人员与科技应用人员结合不够,定性研究分析人员与定量研究分析人员结合不够,咨询研究人员与咨询管理人员结合不够。

咨询专家的个体知识结构也不完善,主要表现在:对于知识的广博和精深不谐调;理论与实践不能有机地结合;咨询人员难以充分发挥其系统分析和综合能力,不能充分发挥其创造能力和开拓能力。

不同的咨询机构所承担的任务不同,对咨询人员的年龄结构要求也不同。有些从事战略性、政策性问题研究的智囊团、顾问团,就要求年龄较大、有丰富经验和阅历的名人、专家、教授参加,人数可以多一些。他们见多识广、博采众长,能为战略性、综合性、长远性、复杂性、政策性研究课题出谋划策。

世界咨询研究机构对咨询人员的素质要求值得我国借鉴。这些要求是:有为事业忘我、献身的精神,有丰富的知识,有深刻理解和解决问题的能力;有丰富的想像力和强烈的创造心理;有清晰剖析和鉴别疑难问题和资料真伪的能力。他们必须有高度的责任感和良好的道德修养;掌握政策,熟悉法律,有较强的经济观念和法律知识;有较强的英语书面和口头表达能力;有广博的知识(核心知识,基础知识,相关知识,外围知识和辅助知识);有较强的组织能力和管理能力以及开拓和创造能力。他们还应具有特殊的心理品质,远大的理想,开阔的胸襟,必胜的信心,开朗的性格,良好的记忆力,幽默的语言,浓厚的兴趣,坚韧的毅力,真挚的情感,顽强的斗志。

3 咨询社会化是必然趋势

信息社会化、社会信息化的一个重要方面就是咨询社会化。据报道,德国大、中企业的 70%都进行过咨询,有的大企业本身还有咨询班子,如西门子公司顾问团实际上就是专为董事会咨询服务的。目前在国外,无论大中小企业,只要有必要,就去请求咨询公司

帮助,这可看出咨询业走向社会化的趋势。

就世界范围而言,咨询的范围涉及到各个学科、专业,各行各业乃至人们的日常生活。尤其在美、欧、日等国,咨询已不是少数人的事,而是全体居民和整个社会所共有的一种手段。

咨询的类型也越来越多,有工程咨询,科技咨询,管理咨询,财会咨询,审计咨询,经济信息咨询,病理医药咨询,保健和心理咨询,法律信息咨询,投资咨询,涉外经济信息咨询,宏观发展战略和政策法律咨询,综合经济咨询,产品前途预测咨询,求业咨询,一般信息咨询(数据、文献、情报、资料),专用数据咨询,农业、交通、气象、旅游等咨询,专利咨询,婚姻咨询,乃至未来社会上流行服装款式和发型咨询以及其他咨询等。

从国际上看,咨询公司有下列六大发展趋势。第一,私人、集体、国有以及两国合办、多国合办和国际公司等多种形式共存。第二,大银行、大企业、大公司等建立自己的综合研究所,为自己提供信息和咨询,如日本有名的朝日银行综合研究所、樱花综合研究所、三和综合研究所等。第三,一些国际上著名的信息咨询公司一方面在拓宽自己的业务范围,另一方面又在扩展他们的国内外市场,在世界许多国家、大城市设立分支机构,承揽业务,扩大宣传,树立世界名牌大公司的形象。如邓白氏公司,是目前世界上最大的商业咨询服务公司,在世界近40个国家设立有375个办事处,在200多个国家中建立了经济信息网络,它的电脑中心是仅次于美国政府的世界上第二大资料库。现在雇员58000人,年营业额高达35亿美元。该公司的电脑中心存贮了约1600万家企业的档案,可随时提供用户需要的各种最新的商业信息。第四,国际上大的咨询公司都与世界银行,世界货币基金,联合国开发计划署,联合国工业发展组织等挂钩,在国际咨询项目投标中,往往比其他知名度小的咨询公司容易中标。第五,大咨询公司

在竞争的同时,相互协作,如邓白氏公司与“对话”信息系统服务公司就是一例。第六,咨询公司对人才的要求越来越高。咨询人员的年青化、一专多能和高学历要求是咨询业竞争和发展的一个必然趋势。

现在,世界各大咨询公司竭力争夺国际上大中型项目,采取高报价、高速度、见效快的策略。各国的一些大中型项目上马,只有经过向国际名牌公司咨询才感到心中踏实。发展中国家的咨询公司也开始走向国际市场,参与竞争,如中国、印度、印尼、巴西等,除承接国内的咨询项目外,也开始承接跨国的、合资的、外商和外资的项目,除了承接数据调查,也承担一些工程技术项目的咨询工作。

在我国的咨询市场上,除了为行政管理部门的宏观调控进行政策和决策咨询外,更多更广的是强调六个“面向”的服务:(1)面向大中型企业由原先的计划经济向市场经济转轨的咨询,企业管理咨询和技术革新咨询,新产品开发 and 市场需求预测等咨询;(2)面向“三资”企业,为其提供各类咨询服务;(3)面向小型企业和乡镇企业,主要为它们提供信息技术的咨询和产品前途的预测咨询;(4)面向个体、集体、国营企业的养殖业的技术咨询和产品市场预测;(5)面向广大的农业、种植业的某种农产品的市场需求和季节、气象、运输问题的咨询;(6)面向居民日常生活和消费的预测咨询。

在我国,全民的咨询意识正在日趋增强,这里主要是指各类企业的负责人,行政管理人员、信息和业务开发人员,各行各业的管理人员,技术人员,信息研究、分析人员等。这是咨询业走向全民化、社会化,社会走向咨询化、信息化的一个重要标志。大专院校纷纷开设咨询课程,表明咨询学的学科专业地位正在受到学术界的重视。咨询业收入在国民经济中占有越来越大的比重,必将逐渐成为国民经济发展中的重要力量。

4 我国咨询业中几个值得探讨的问题

我国的咨询业从无到有,从小到大,确实取得了不小成绩,但还存在一些问题。

(1)规章制度建设跟不上,目前虽然已制订了一些章程、条例、制度、规则,但根本的问题是咨询产业的立法。这是确保咨询产业稳步发展的根本措施。

(2)管理体制不健全,缺少一个全国最高管理、协调主管部门。应尽快理顺横向、纵向关系,理顺国营、集体、个人和合资的咨询公司的关系,建立健全咨询管理体系。

(3)咨询人员素质差、道德行为不规范。包括文化素质、专业知识结构、年龄结构以及非文化素质(情感、意志、性格)等。

只有对咨询人员的基本素质采取高标准,严要求,制订出一套咨询人员的道德行为规范,才能提高咨询服务的质量。

(4)建立咨询服务产品的评价指标体系。这个体系用于对任何一份咨询调研报告的科学性、先进性、信息性、创造性、实用性及效益做出评价。专家们采用定量定性相结合的指标体系对咨询报告进行评审,保证咨询的质量。

(5)咨询服务的效益评定标准不统一。一份咨询报告的价值绝不是仅指咨询公司(咨询专家)获得的一定报酬,而是当这份咨询报告付诸实施后,所产生的近期的、中期的和远期的经济效益、社会效益和生态环境效益。订出一份切实可行的、统一的评定标准是具有重要意义。

(6)咨询人员的教育问题。培养一名咨询专家远比培养一名硕士生要难得多。原因是除了知识的广、博、精、深程度外,更重要的是对客户课题的领会和掌握能力,实际工作经验、对各种高难度问题熟悉程度和处理能力。一各咨询专家往往是一专多能的多面手,一个人顶几个人用。咨询人员的教育不只是多学几门功课的问题,更重要的是处理问题的

实际能力。这是应该引起咨询管理人员和咨询教育人员重视的一个问题。

(7)咨询人员的法律地位和职、权、利方面的问题。我国的咨询业从1978年改革开放算起,只不过17年的历史,咨询队伍的编制五花八门,挂靠部门也不一样,存在问题也不少,若不很快解决,对稳定咨询人员的队伍是不利的。

(8)咨询服务的报酬。比如咨询人员的月收入 and 做课题的提成以及公司和个人收入的税率等应有一个标准。公司的收费标准要定得合理,个人的收入和纳税额要定得适当。这是个政策性问题,也是咨询人员最敏感的问题。

(9)关于承担涉外咨询项目的问题。我国的咨询公司和咨询专家缺乏国际大型工程项目的咨询经验,往往得不到国外的大型咨询项目,这是不难理解的,奇怪的是连我国自己的项目,有关方面也不委托我国自己的咨询公司,却给了国外的咨询公司。今后,我们应参照世界上许多国家的通用做法对本国的咨询业发展采取相应的鼓励和扶植政策,另外,世行和亚行也有规定,所有国的咨询公司对世行和亚行的项目有优先权。我们应采取科学的态度,充分相信我国科技人员的实力。

参考文献

- 1 廖纲焯.全国咨询工作研究会文集.北京:科学技术文献出版社,1992
- 2 竹本直一.咨询理论和实践.北京:科学技术文献出版社,1985
- 3 卢绍君.咨询学原理.北京:科学技术文献出版社 1990

汤兆魁 现为科技文献出版社编审,武大母校兼职教授。掌握德、英两门外语。发文80余篇。通讯地址:北京复兴路15号。邮编100038。

(来稿时间1995-02-30。编发者:翟凤岐。)