

咨询工作入门

齐胤 图门著

内蒙古人民出版社

咨询工作入门

齐胤 图门 著

内蒙古人民出版社

咨询工作入门

齐胤 图门 著

*

内蒙古人民出版社出版发行

(呼和浩特市新城西街82号)

内蒙古新华书店经销 土默特左旗印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 14 字数: 151千 插页: 2

1988年12月第一版 1989年8月第1次印刷

印数: 1—7,270册

ISBN 7-204-00567-8/C·5 定价: 4.50元

内 容 提 要

本书根据我国咨询工作的实际情况及咨询工作人员的需要，介绍咨询业、科技咨询、决策咨询、管理咨询及其他咨询活动的基本内容、目的、对象、方法、程序等，并详细阐述了各类咨询的性质、意义和作用；同时介绍咨询机构的构成条件、咨询人员的素质、道德规范、职责范围以及必要的管理与培训，也介绍了可行性研究、信息内容及签订咨询合同的方法与格式等；本书还介绍我国和国外咨询业的历史、发展和现状，及一些世界著名的咨询研究机构。

本书适用于专职（和兼职）咨询人员、咨询管理人员、顾问、科技管理人员、银行贷款项目评估审查人员使用，同时对工矿企业、事业单位以及各级政府部门的有关从事计划、生产、技术、财务、调研等方面的业务人员和管理人员有一定的参考价值，对各级决策部门和决策者也有一定的参考价值。

编者的话

咨询是一门应用科学。咨询业的服务范围广泛，内容丰富，涉及的专业众多，如，科技咨询、决策咨询、管理咨询、工程技术咨询……。随着咨询业的深入发展，人们渴望了解咨询方面的知识，掌握咨询的内容和方法。然而，目前国内这方面的书籍不多，为此，我们编写了《咨询工作入门》一书，以满足广大读者的需要。

在编写本书的过程中，内蒙科协副主席刘钟龄教授、内蒙科协副主席刘金铎副教授给予了热情指导；得到了内蒙科协及内蒙古科技咨询服务中心、内蒙古工业技术咨询服务公司的有关同志的热情支持，并得到了满都拉、赵俊山等许多同志的大力协助，在此一并致谢。

由于初次编写这样的书，经验不足，及水平有限，错误之处在所难免，敬请专家、同行爱好者们批评指正。

一九八七年七月

序 言

咨询是自古以来就有的一项社会活动，但作为一个独立的行业还是第二次世界大战前后才出现的。当前，咨询是国际上较为盛行的一项业务，是社会经济建设事业的重要组成部分。

我国的咨询行业，是在党的十一届三中全会以后兴起的，是社会主义现代化建设事业的产物。在建设具有中国特色的社会主义的时代，它不仅是促进经济发展的动力，也是决策科学化、民主化的必然程序。

随着我国咨询业的不断发展，已取得了可喜的成绩。但咨询业在社会上的影响还有限，其主要原因是，对咨询内容、政策、目的、方法、程序以及整个咨询业缺乏宣传和介绍，人们还没有真正认识到它的重要性和必然性。因此，大力宣传咨询业，扩大其影响范围，提高人们对咨询业的认识，及其在社会经济建设事业中的重要作用，才能尽快推动咨询业的发展。

为此，齐胤、图门两位同志，广泛搜集资料，征求各方面的意见，结合工作实践，编写了《咨询工作入门》一书。该书深入浅出地介绍了咨询业各个方面的内容，对于人们正确认识咨询业和咨询的内容、目的、对象、方法、程序及其他有关问题，并对各级领导干部、专（兼）职咨询人员、咨询管理人员、科技工作者和咨询业务学习人员会有一定帮

助。

但是，由于咨询业在我国是一项新兴学科，有些问题尚在探讨、研究之中，况且该书又是一本处女作，要做到尽善尽美是很难的。故书中错误和不足之处一定很多，望广大读者多提宝贵意见，为发展和完善我国的咨询业而共同努力。

刘金铸

一九八七年十一月

目 录

编者的话	(1)
序言	(1)
第一章 咨询业	(1)
第一节 咨询及咨询业	(1)
第二节 咨询的沿革	(4)
第三节 为什么要开展咨询	(9)
第四节 咨询的模式、要素及特征	(11)
1. 咨询的模式	(11)
2. 咨询的要素	(11)
3. 咨询的特征	(12)
第五节 咨询工作的管理	(13)
1. 咨询工作科学管理的意义	(13)
2. 咨询工作的经营管理	(13)
3. 咨询的组织管理	(16)
第六节 咨询工作的程序	(18)
1. 咨询洽谈	(18)
2. 咨询合同	(20)
3. 咨询准备	(29)
4. 咨询方案的形成	(29)
5. 咨询工作验收	(30)
第七节 咨询成果的商品属性	(30)
1. 咨询成果的价值及特点	(31)

2. 咨询成果的使用价值及特点	(31)
3. 咨询成果的商品属性	(32)
4. 提高对咨询成果商品属性的认识	(32)
第八节 咨询费的性质、构成及计算方法	(33)
1. 咨询费的性质	(33)
2. 收取咨询费的原则	(34)
3. 咨询费的构成及计算方法	(34)
4. 咨询的收费及计算类型	(37)
5. 咨询收入的分配	(38)
6. 委托单位所付咨询费用的开支渠道	(39)
第九节 开展咨询需要解决的几个问题	(39)
1. 克服小生产者的思想意识, 强化对咨询业的认识	(39)
2. 重视价值规律的作用, 贯彻按劳分配原则	(40)
3. 防止咨询“短路”	(40)
4. 防止咨询“冷却”	(41)
5. 防止咨询“放空炮”	(41)
第十节 略谈咨询学	(42)
第二章 科技咨询	(44)
第一节 科技咨询的涵义	(44)
第二节 科技咨询的作用	(45)
第三节 科技咨询的原则与性质	(51)
1. 科技咨询的原则	(51)
2. 科技咨询的性质	(52)
第四节 科技咨询组织的类型	(54)
1. 管理型	(54)
2. 组织型	(55)
3. 实体型	(56)
4. 离退休工程师协会	(57)

第五节 科技咨询的功能和业务范围	(58)
1. 科技咨询的功能	(58)
2. 科技咨询的业务范围	(60)
第六节 科技咨询的目标及检验标准	(63)
1. 科技咨询的目标及方式	(63)
2. 检验科技咨询的标准	(64)
第七节 科技咨询中应注意的问题	(64)
1. 要主动争取党政部门领导的支持	(65)
2. 改变和防止以政代群、政群不分现象	(65)
3. 科技咨询在组织上应具有广泛的群众性	(65)
4. 要充分发挥学会、协会、研究会的作用	(65)
5. 要处理好本职工作与科技咨询的关系	(66)
6. 要处理好国家、集体、个人三者之间的关系	(66)
7. 要重视科技咨询队伍的自身建设	(67)
8. 加强科技咨询的管理机构	(68)
9. 要搞清科技咨询与技术转让的关系	(68)
10. 要搞清科技咨询与技术服务的关系	(69)
11. 要搞清科技咨询与学术交流的关系	(69)
12. 我国科技咨询的发展, 必须与改革结合起来	(70)
第三章 决策咨询	(71)
第一节 决策咨询及其发展	(71)
1. 决策	(71)
2. 决策咨询	(72)
3. 决策者与咨询者的区别	(73)
4. 决策咨询的发展	(75)
第二节 决策咨询的意义和作用	(77)
第三节 决策咨询的特点、性质	(84)
第四节 决策咨询的体制	(87)

1. 信息系统	(88)
2. 智囊系统	(91)
3. 决策系统	(91)
4. 执行系统	(92)
5. 反馈系统	(92)
第五节 决策咨询的类型与程序	(94)
1. 目标	(97)
2. 信息	(98)
3. 方案	(98)
4. 评估	(99)
5. 反馈	(99)
第六节 决策咨询的功能和内容	(100)
1. 为社会提供决策咨询	(100)
2. 协助决策者进行预测	(100)
3. 为决策者提供信息和情报	(101)
4. 为决策者提供方案、设计政策	(101)
5. 为社会提供专门的知识和技术	(101)
6. 为用户找到现有做法之外的一种办法	(102)
7. 能取得具有独立见解的评价和建议	(102)
第七节 决策咨询的方法	(105)
1. 数量化方法	(105)
2. 预测方法	(106)
3. 可行性研究	(107)
4. 技术评估法	(107)
5. 系统分析方法	(108)
6. 模拟方法	(109)
7. 因素分析方法	(109)
8. 多方案的比较方法	(110)

9. 不断开发决策咨询的方法	(111)
10. 心理及社会因素分析法	(111)
第八节 决策咨询要实现科学化、民主化	(112)
1. 要逐步建立一支精干的专业咨询队伍	(115)
2. 决策咨询人员要具备一定的条件	(115)
3. 决策咨询必须能独立地进行工作	(115)
4. 决策咨询必须注意保密工作	(115)
5. 加强信息条件建设, 是搞好决策咨询的最迫切 问题	(116)
6. 搞好决策咨询, 应加强网络建设	(116)
第四章 管理咨询	(117)
第一节 管理咨询及其发展	(117)
1. 管理	(117)
2. 管理咨询	(118)
3. 管理咨询的发展	(120)
第二节 为什么要开展管理咨询	(123)
第三节 管理咨询的原则	(126)
1. 坚持以内涵为主的原则	(126)
2. 坚持深入调查的原则	(127)
3. 坚持时间短, 见效快的原则	(127)
4. 坚持方法要科学的原则	(127)
5. 坚持公正的原则	(127)
6. 坚持态度诚恳、热情的原则	(127)
7. 坚持企业自愿的原则	(127)
8. 坚持群众路线的原则	(128)
9. 坚持管理咨询与培训相结合的原则	(129)
10. 坚持管理咨询与企业整顿相结合的原则	(129)
第四节 管理咨询的分类	(130)

第五节 管理咨询程序	(134)
1. 预备咨询	(134)
2. 正式咨询	(139)
3. 实施指导	(144)
第六节 管理咨询的功能及业务范围	(148)
1. 管理咨询的四种手段	(148)
第七节 管理咨询的方法	(152)
1. 企业现状调查常用的方法	(153)
2. 研究方案常用的方法	(154)
3. 评价选择方案常用的方法	(155)
第八节 管理咨询应注意的问题	(158)
第五章 其他咨询与信息	(164)
第一节 工程咨询	(164)
1. 工程咨询的涵义	(164)
2. 工程咨询的程序	(164)
3. 工程咨询投标程序	(172)
第二节 专业咨询	(174)
第三节 预测咨询	(175)
1. 预测咨询	(175)
2. 预测咨询的要素	(175)
3. 预测咨询的特性	(176)
4. 预测咨询的分类	(176)
5. 预测咨询的方法	(176)
第四节 心理咨询	(179)
1. “门诊”咨询	(179)
2. 课堂咨询	(180)
3. 代人咨询	(180)
4. 家庭咨询	(180)

第五节 信息	(130)
1.信息的定义及其发展	(180)
2.信息的处理	(184)
3.信息的特征	(186)
4.信息的种类	(190)
5.信息的作用	(193)
第六节 信息咨询	(197)
1.信息化——信息咨询	(197)
2.信息优化——信息咨询	(197)
3.信息技术——信息咨询	(198)
4.信息咨询中要做的几项工作	(198)
5.信息咨询与思维	(199)
第七节 咨询领域	(200)
1.咨询领域	(200)
第六章 可行性研究	(203)
第一节 可行性研究的涵义	(203)
第二节 为什么要进行可行性研究	(207)
1.可行性研究的发展背景	(207)
2.进行可行性研究的必要性	(208)
3.进行可行性研究的意义	(212)
4.可行性研究成果的作用	(214)
第三节 可行性研究的内容和作法	(215)
1.机会研究——鉴定投资方向阶段	(219)
2.初步可行性研究——选择阶段	(220)
3.可行性研究——定性阶段	(222)
4.最终评价报告——决定阶段	(223)
5.辅助研究	(223)
第四节 可行性研究的特点	(230)

1. 重视市场需求——项目的基础	(230)
2. 动态分析的经济效益——项目的目的	(230)
3. 决策前进行周密与系统的研究——实现目的的方法	(230)
4. 严格的责任制——实现目的的保证	(231)
第五节 可行性研究的评价	(232)
1. 可行性研究评价的地位与作用	(232)
2. 可行性研究的评价方法	(232)
3. 技术改造的评价原则	(240)
4. 可行性研究的评价标准	(242)
5. 可行性研究的评价结论	(243)
6. 可行性研究评价的组织	(246)
第六节 可行性研究中值得重视的问题	(246)
第七章 专家系统	(255)
第一节 专家系统	(255)
第二节 专家系统的优良特性	(256)
第三节 实用专家系统国内外研究近况	(258)
第四节 专家系统的组成	(259)
第五节 知识工程	(261)
第八章 咨询人员及机构	(263)
第一节 咨询人员及机构的产生	(263)
第二节 咨询人员的道德规范	(267)
第三节 咨询人员的活动特点及其选拔	(274)
1. 咨询人员的活动特点	(274)
2. 咨询人员的选拔	(276)
第四节 咨询人员的素质	(277)
第五节 咨询人才结构	(284)

第六节 咨询人员对咨询缺陷的责任	(287)
1. 咨询缺陷	(287)
2. 承担缺陷的内容	(288)
3. 承担缺陷责任的国际标准	(288)
第七节 我国咨询机构的形式	(289)
1. 决策咨询机构	(290)
2. 政策咨询机构	(290)
3. 科技情报研究机构	(291)
4. 科技咨询机构	(292)
5. 管理咨询机构	(292)
6. 工程咨询机构	(292)
7. 工程总体设计部	(293)
8. 专家顾问委员会	(293)
9. 学术团体	(294)
第八节 咨询机构的特点	(295)
1. 开展跨学科的研究	(295)
2. 研究未来	(296)
3. 提供战略和政策服务	(296)
4. 咨询的独立性	(297)
5. 不以盈利为主要目标	(297)
6. 大小咨询机构共存	(298)
7. 学科与任务结合的研究体制	(298)
8. 研究、咨询和培训三位一体	(298)
9. 广泛采用兼职制度	(299)
10. 深入改革, 不断发展	(299)
第九章 世界咨询机构简介	(301)
第一节 世界咨询机构的类型	(301)
1. 个体咨询机构	(301)

2. 咨询公司	(301)
3. 综合咨询机构	(302)
4. 咨询行业协会	(303)
第二节 国际性咨询联合机构简介	(304)
1. 国际应用系统分析研究所	(304)
2. 工程局欧洲委员会	(309)
3. 国际顾问工程师联合会	(310)
第三节 美国著名咨询机构简介	(311)
1. 概况	(311)
2. 美国兰德公司	(312)
3. 美国斯坦福国际咨询研究所	(319)
4. 美国巴特利纪念研究所	(325)
5. 美国赫德森研究所	(327)
6. 美国企业公共政策研究所	(330)
7. 美国布鲁金斯学会	(331)
8. 美国米特公司	(333)
第四节 日本著名咨询机构简介	(335)
1. 概况	(335)
2. 日本野村综合研究所	(336)
3. 日本三菱综合研究所	(341)
4. 日本综合研究开发机构	(344)
5. 日本政策科学研究所	(346)
6. 日本社会工程科学研究所	(348)
7. 日本未来工程学研究所	(350)
8. 日本经济团体联合会	(351)
9. 日本亚洲经济研究所	(352)
10. 日本三井情报开发公司	(354)
第五节 英国著名咨询机构简介	(355)