



四达咨询

管理咨询系列丛书

管理咨询国际指南

——全球管理咨询的发展、实务及其结构

THE INTERNATIONAL GUIDE TO MANAGEMENT CONSULTANCY

Barry Curnow
Jonathan Reuvid

主编

钱逢胜 余一舜 张艳丽
钱逢胜

译
校



上海财经大学出版社

管理咨询国际指南

THE INTERNATIONAL GUIDE
TO MANAGEMENT CONSULTANCY



Henry Mintzberg

Professor of Management Studies

Massachusetts Institute of Technology

Cambridge, MA

© 1995 by the author

管理咨询系列丛书

管理咨询国际指南

——全球管理咨询的发展、实务及其结构

Barry Curnow 主编
Jonathan Reuvid

钱逢胜
余一舜 译
张艳丽
钱逢胜 校

由以下组织授权：

管理咨询协会国际理事会(ICMCI)

管理咨询学会欧洲联合会(FEACO)

全日本管理组织联合会(Zen-Noh-Ren)

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

管理咨询国际指南/(英)巴里(Barry, C.), (英)乔纳森(Jonathan, R.)著; 钱逢胜等译. —上海: 上海财经大学出版社, 2003. 8
(管理咨询系列丛书)

书名原文: The International Guide to Management Consultancy

ISBN 7-81049-905-X/F · 784

I. 管… II. ①巴… ②乔… ③钱… III. 企业管理咨询 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 016802 号

☐ 选题策划 麻俊生

☐ 责任编辑 麻俊生

☐ 封面设计 马 颖

☐ 版式设计 孙国义

GUANLI ZIXUN GUOJIZHINAN

管理咨询国际指南

——全球管理咨询的发展、实务及其结构

Barry Curnow Jonathan Reuvid 主编

钱逢胜 余一舜 张艳丽 译

上海财经大学出版社出版发行

(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海第二教育学院印刷厂印刷

上海浦东东北联装订厂装订

2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

787mm×960mm 1/16 31.25 印张 420 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 62.00 元

丛书总序

管理科学是实践与理论研究结合的产物,但自 20 世纪初泰勒的《科学管理原理》问世以来,经验管理的时代就告终结了,取而代之的管理则是建立在对管理过程、管理对象和管理规律性总结的科学研究之上的。随着时代的发展、科学技术在社会各个领域的广泛应用,如何通过管理来实现人、资源和信息的最有效利用和价值创造,也日益受到人们的重视。新千禧年伊始,全球化、市场化和信息化的浪潮,更将管理推上了前所未有的地位。全球化使得企业经营者面对前所未有的市场竞争,市场化则使得企业只有具备竞争优势才能在未来生存,而信息化则几乎革命性地颠覆了传统的管理方式,这无论是在对人的管理、还是对物质资源的管理上,都产生了深远的影响。

中国在经历了 20 年改革的历程之后,也在由粗放的资源投入、市场价格方面的竞争,转向基于高质量人才、技术和管理能力的竞争。这一转型过程也是管理知识的生产、传播和积累的黄金时代。有目共睹的

是,大量优秀的管理书籍被翻译、被写出并引荐给读者,并迅速影响着管理者的行为和实践方式。

“四达咨询”作为一家专业管理咨询公司,汇聚了一批管理学理论界与实践领域的精英,他们以创立中国咨询业品牌为己任,以客户利益最大化为目标,以解决现实问题为宗旨。通过和上海财经大学出版社合作,他们希望向广大的管理实践者和研究者传播具有全球视角、科学性、权威性和系统性的优秀著作和译作,并将重点放在高层次的管理经典和前沿性研究上。

当然,在积极引进和学习国外先进管理理论的同时,我们也应当看到,每一种管理理论和实践都与其所在的经济、文化和社会环境密不可分。任何一种有效的管理实践,都只能是“在正确的时间、正确的地点、应用正确的理论”的结果。也正是在这一领域,我们希望与各位读者一起,在引荐西方先进管理理念和框架的同时,为开发和推广适用于中国企业的管理而共同努力!

献辞

谨以此书纪念 Paul Noboru Yamada 先生(1948—2000)。Paul 先生是管理咨询协会国际理事会(ICMCI)的朋友和支持者,是他于1999年将全日本管理组织联合会(Zen-Noh-Ren)和日本管理咨询界领入了管理咨询协会国际理事会这个大家庭。世界各国的咨询顾问们都将深切怀念 Paul 先生优良的职业风范,还有他的幽默和友善。

在日本,有1 000多人参加了他的追悼会;在美国,人们将管理咨询协会国际理事会(ICMCI)的图章、管理咨询委员会(CMC)的饰针和他的一部分骨灰一起置于加州旧金山的一个墓穴里,以此来表达对 Paul 先生的尊敬。

原版序一

同世界经济、各国国民经济以及处于这些经济之中的各部门相比,管理咨询行业经历了巨大的变化。很多重要的发展趋势,如经济全球化、集成电路技术的发展、并购浪潮的兴起都不断影响着管理咨询行业。

管理咨询公司提供的产品及服务涉及的范围广,种类多。因此,管理咨询行业事实上涉及到哪些东西,管理咨询顾问们又是如何开展工作的,客户不断要求增加其透明度。作为管理咨询协会国际理事会的主席,非常高兴首次出版这样一本尤其是面向客户的关于管理咨询的国际指南。因为管理咨询业提供的服务种类越来越多,客户对如何做出正确的选择感到无所适从。

当决定求助于管理咨询顾问时,客户必须面对一些两难选择。譬如说,他们希望能找到一位经验丰富的顾问,但同时又渴望能得到独到而有创意的见解。他们希望找到的顾问是,通过全身心的投入到他们的

组织与管理当中,真正能为他们带来增值。但是,咨询顾问又必须是独立的,要保持一定的职业距离。对组织机构进行某些特定变革时,客户往往希望得到咨询顾问的支持,但他们对这一特定变革的整个过程却有很多疑问。

本书旨在帮助客户,针对组织机构中的不同情况,选择适当的管理咨询顾问。相信本指南会使客户和咨询顾问更易沟通,使管理咨询活动更具效果。成功的管理咨询总是建立在以下两个基础之上:首先,咨询顾问必须具备满足客户需求的相关知识与经验。其次,客户与顾问的关系必须建立在相互信任的基础之上。明晰管理咨询顾问的工作方式,以及咨询程序如何发展,就会产生良好的结果。

本指南包含了来自世界各地许多具有丰富经验的管理咨询顾问的稿件。我相信编者们已经满足了管理咨询服务的客户以及管理咨询这一职业的需求。

Hans de Sonnaville

管理咨询协会国际理事会(ICMCI)主席

2001年7月

原版序二

Kogan Page 是英国关于商业类和管理类书籍最主要的独立出版商。获悉 Kogan Page 即将出版一本由 Barry Curnow 和 Jonathan Reuvid 合作编辑的全新的管理咨询国际指南,我感到非常高兴。我相信这是一项非常适时而且具有前瞻性的项目,在当前全球化趋势不断加速之际,本书的出版对管理咨询顾问成功地开展咨询服务肯定大有帮助。

由管理咨询学会欧洲联合会(FEACO)发起,AMCF、管理咨询协会国际理事会(ICMCI)、全日本管理组织联合会(Zen-Noh-Ren)联合赞助的世界管理咨询大会于去年在柏林举行,大会的主要议题是“管理咨询存在于一个单一的世界之中”。Kiebaum 先生——BDU 的主席,这次大会的组委会主席,在他的开幕演讲中提出了许多让人印象深刻的评论:

IT 业的高速发展使社会和经济结构发生了巨大的变化,使得我们无论身处何地,都可以方便地进行商务处理,而且市场结构还在不停地加速变化。如

今,全世界的管理咨询顾问都意识到在信息共享时人们之间的相互交流变得越来越重要,尤其信息交流是在全球范围内加速发展。对于我们这些使用信息的管理咨询顾问们来说,正面临着新的挑战,我们应该思考一下,如何应对这一挑战。

在柏林会议召开的同时,受日本政府的委托,Zen-Noh-Ren 对日本国内和国外企业和咨询公司进行了调查研究,目的是希望规划 21 世纪管理咨询业的发展前景。该项研究是努力创建日本企业竞争力基石的一部分,以应付国内外商业环境的不断变化。

研究表明,在经济全球化的今天,没有边界的市场竞争是影响日本公司发展的关键因素,日本工业在质量和成本方面的竞争优势有时已经消失。这已经引起了对管理咨询顾问新的需求。正如 Keibaum 先生所指出的那样,向经济全球化的过渡使日本管理咨询业面临巨大挑战。因此,我相信这本管理咨询国际指南对管理顾问以及那些渴望成为管理顾问的人们来说乃必备之书,对于任何一个希望通过自己的工作,为世界和平与繁荣做出贡献的人来说,这本指南也将是必不可少的手册。

最后,对本书的出版表达我衷心的祝贺,对全心投入编辑的尊敬的 Barry Curnow 和 Jonathan Reuvid 先生表达我崇高的敬意。

Akira Hattori

全日本管理组织联合会(Zen-Noh-Ren)主席

2001 年 5 月

原版序三

自 20 世纪 90 年代初以来,世界经济就一直在以令人窒息的速度耦合在一起,越来越多的地区内产品流通和国内市场正向单一的全球统一市场过渡。这些发展与变化正是全球化趋势的本质特征,在经济全球化的过程中,贸易和投资自由化被认为是由信息与通讯技术的重大变革所引起的。

这些变化迫使公司、消费者、管理者等不同的市场主体(参与者)必须做出相应改变,他们必须面对全球市场所带来的机遇与挑战,而不再仅仅局限在当地和某个地区范围内。边界正在失去它原有的意义;传统经常遭质疑,被放弃。我们欧洲尤其应该面对这些变化,适应这些变化。

在当代,跨国公司越来越多,很多的中小型的公司也通过互联网、电子商务(E-Commerce)参与国际竞争,政治家们也不得不从全球的角度思考问题。基于对上述问题的思考,2000 年在里斯本,欧盟各国的政府首脑和国家元首就定下了一个目标,欧洲必须在

下个十年成为世界上最具竞争力的国际贸易市场。计划将要建立的北美自由贸易区也正是这些变化的结果。

问题出来了,这些发展变化对全球的咨询市场将会产生怎样的影响呢?客户的期望发生着迅速的变化——他们不但要求顾问们提供诸如建议等“传统”的咨询服务,而且希望得到应用性的结果。譬如说,通过使用 IT 或是电子商务实施具有操作性的解决方案以确保其市场地位。新的市场是全球性的,这就意味着除了要从全球的角度来考虑问题,一些地方特性(如法律、社会、文化等)同样要纳入考虑范围。如今,咨询变得更加综合和全面,需要多种多样的技巧和范围广泛的学科知识,只有具备了这些技巧和学科知识才能成为一个出色的咨询顾问。

这些变化也同样需要以全球的视角来审视咨询服务。顾问工作需要不同大陆的多个国家为客户提供服务。同样,经济运行体制也正发生着急剧的变化;这些变化所导致的影响往往超越了大陆的边界——譬如,欧盟的接管计划、经合组织宣言就和关贸总协定有着紧密关系。此外,随着东欧国家陆续加入欧盟,必将带来新的变动。

考虑到这些发展变化,显然只有极少数的顾问工作能够涵盖这么宽泛的服务与知识。为了服务于世界经济中的客户,越来越多的顾问们不得不重新搞合资或是寻求其他形式的合作。

面向未来,咨询业机遇与挑战并存。这本指南,涉及到管理咨询工作的方方面面,对来自大小公司的顾问们掌握最新发展变化大有帮助。指南指出了国内、地区以及全球的发展变化趋势。这本指南与其他著作区别明显,它没有将自己局限于描述成功咨询工作所应具备的技术与经济因素,关于这些在其发展历史与职业原则中已有所涉及。

我希望本书能给读者带来乐趣和帮助。

Gil Gidron

管理咨询学会欧洲联合会(FEACO)主席

2001年7月

导 言

本书是我们为世界范围内特定读者准备的,主要是私人部门和公共部门的管理咨询服务的客户和用户。我们希望这本《管理咨询国际指南》能让读者对管理咨询的实务和它的主要活动有一个全新的了解,深刻理解全球各个地区管理咨询协会正在建立的职业标准,了解客户—顾问最优实务关系。

本书主要涉及两个既有区别又有联系的主题:一个是咨询工作的职业化进程,管理咨询协会国际理事会(ICMCI)以及它的所有成员国都致力于开展这项工作;另一个是有效、互动的客户与顾问关系所应具有的特征,良好的客户与顾问关系是成功咨询契约的重要因素。尽管本书主要是针对管理咨询的用户及潜在客户的,但我们相信本指南的内容对专业管理咨询顾问自身,对各国正在开展研究生学术研究课程的咨询专业学生,对志在提高咨询技巧和职业胜任能力的人士,同样具有长远的利用价值。从董事会的法律顾问到公司执行变革的经理,这些读者形成了一个强

大且持续增长的职业社团。在全球网络经济条件下对于初次进入劳动力市场的雇员,咨询技巧被看成顾问工作和帮助客户做出变革的基本生存技能。

本书第一部分首先对管理咨询的定义以及相关统计数据进行了说明。接着,对管理咨询业的由来及其演变、主要跨国管理咨询公司的发展现状,以及决定管理咨询发展方向的全球性影响因素提出了总的看法。

本部分的最后一章列示到 2010 年管理咨询市场一系列可供选择的方案,资料来源于一项由伦敦管理咨询公司进行的最新研究。

第二部分讨论了管理咨询中的道德和最优实务问题的种种不同观点。讨论的焦点问题是注册管理咨询顾问资格认证在全球范围内的发展。注册管理咨询顾问资格认证最初由 ICMCI 的成员发起,现在在许多国家已得到学术上的认可,世界所有 ICMCI 成员协会也都已采纳。

第三部分是本书的核心。从制定作业计划、选择和约定咨询公司,到完工结账以及后续事宜,细察了管理咨询顾问同客户之间的关系。在从头到尾(包括善后事宜)描述这一过程时,作者将重点集中在客户能做些什么,以使顾问的角色更加有效,客户和顾问的工作关系更富建设性。强调客户在整个咨询活动中的参与,表明了从过去那种自上而下的管理模式向今天提供更多参与机会的管理风格的一种转变。在

过去,当公司委托咨询公司之后,就坐享其成地等待最终报告。现在完全不是这样。

第四部分包括十三个主要咨询领域的主要从业者的简单介绍,从战略管理、通过变革管理的市场营销活动、加工过程重设计到知识信息管理、M-Commerce、ERP、电子商务等新兴领域。

每一章都旨在让客户充分了解一个主题,即客户要了解管理咨询工作的必备条件,以便聘用任命顾问。

第五部分对发展中国家的咨询业做了概括说明,接着对 26 个国家管理咨询市场进行了简要描述。此外,我们还受益于 Jozsef Poor、Flemming Poulfelt 和 Walter Vieira 教授,他们发表了各自对中欧和东欧、斯堪的纳维亚,以及正在呈现出来的东南亚管理咨询市场的总体看法。

在作者的文章中提及很多关于管理咨询方面的书籍。这些书大都是为有实践经验、有追求的顾问们所写,有些是为正在做研究生学术研究课程的学生所写的教科书,或者是作为特定咨询技术和咨询活动的手册。作为管理咨询的用户如果需要进一步的阅读,我们推荐 Philip Sadler 的《管理咨询——优绩通鉴》(Kogan Page 1998,2001),现在已经是第二版,该书主要针对咨询顾问和咨询专业的学生,得到英国管理咨询协会(IMC)和管理咨询顾问学会(MCA)两个行业团体的授权,这两个行业团体也是本书的撰稿人,是