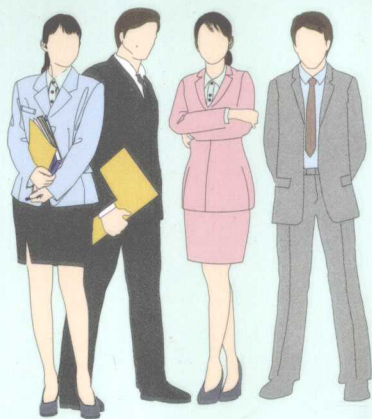




“十一五”上海重点图书
现代人力资源开发与管理系列教程
丛书主编○张培德 胡志民
本书主编○朱庆阳



Human Resources Service and Consulting

人力资源服务与咨询



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

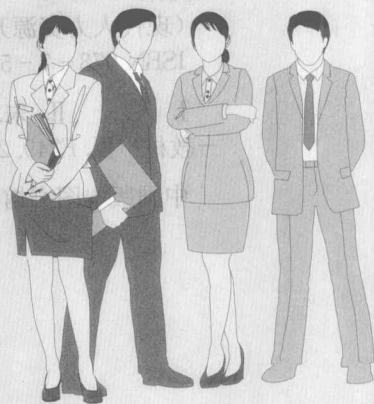


“十一五”上海重点图书

现代人力资源开发与管理系列教程

丛书主编◎张培德 胡志民

本书主编◎朱庆阳



Human Resources Service and Consulting

人力资源服务与咨询

- 深入剖析了人力资源服务业相关产品的定义、服务流程以及操作案例，帮助考生全面梳理人力资源各业态的发展情况。
- 从人力资源服务业的市场定位、品牌打造、产品开发、流程梳理、技术支持、顾问水平以及管理体系等角度对行业各业态进行了系统研究与深刻分析。
- 多角度、全方位地介绍了行业发展情况，为人力资源管理专业学生今后的实际操作奠定了坚实的基础。同时，本书也是成为一名优秀人力资源顾问的必备工具。

图书在版编目(CIP)数据

人力资源服务与咨询/朱庆阳主编. —上海: 华东理工大学出版社, 2010. 5

(现代人力资源开发与管理系列教程/张培德, 胡志民主编)
ISBN 978 - 7 - 5628 - 2772 - 6

I. 人... II. 朱... III. 劳动力资源—资源管理—中国—教材 IV. F249. 21

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 047683 号

“十一五”上海重点图书

现代人力资源开发与管理系列教程

人力资源服务与咨询

丛书主编/张培德 胡志民

本书主编/朱庆阳

出版发行/华东理工大学出版社

社址: 上海市梅陇路 130 号, 200237

电话: (021)64250306(营销部)

传真: (021)64252707

网址: press.ecust.edu.cn

印 刷/上海展强印刷有限公司

开 本/787 mm×960 mm 1/16

印 张/18.5

字 数/338

版 次/2010 年 5 月第 1 版

印 次/2010 年 5 月第 1 次

印 数/1—5000 册

书 号/ISBN 978 - 7 - 5628 - 2772 - 6/C · 142

定 价/35.00 元

(本书如有印装质量问题, 请到出版社营销部调换。)

本书共分十章,涵盖了人力资源服务业相关产品的定义、服务流程以及操作案例。

全书从人力资源服务业的市场定位、品牌打造、产品开发、流程梳理、技术支持、顾问水平以及管理体系等角度对该行业各业态进行了全面的介绍与剖析,为人力资源管理专业学生在今后的实际操作中奠定坚实基础。同时,本书也是成为一名优秀人力资源顾问的必备工具。

编委会名单

主	任	张培德	胡志民	
委	员	孙长庚	于志华	范玲玲
		姚小康	李 微	朱国定
		李旭旦	马国辉	汪玉弟
		相正求	许丽娟	吴文艳

在当今社会,谁都知道“人力资源是第一资源”,谁都知道人力资源代表着核心竞争力。可是有多少人能真正知晓和领悟人力资源的丰富内涵?又有多少人能回答哪些人才是真正的人才?没有管理学、经济学、心理学和法学的知识基础,很难真正学好、学透本学科。从这个意义上而言,人力资源又应该是一个多学科交叉的专业。

人才是立国之本,社会发展需要大量人才,但人才不可能自然造就,需要不断地培养。那种认为“人人都是人才”、“有用的就是人才”、“合适的就是人才”、“内有素质,外有贡献的就是人才”等说法是不全面,甚至是错误的,会造成思想上的混乱和人才培养的缺失。在各种有关“人力资源”的书籍中,对于“人力资源”的定义不下百种,而美国密歇根大学的人力资源管理专家戴维·优立奇(Davy Ulrich)只用了八个字就概括了人力资源的含义,即: $HR = \text{投入程度} \times \text{能力水平}$,具有画龙点睛和一锤定音之效。

曾有一位中学校友与我谈起他的一段工作经历,颇耐人寻味。他在大学时攻读的是化学专业,毕业后被分配到一家化工企业的生产部门工作。后来由于年轻人多了,他被“挤出”了生产部门。于是他想到销售部门工作,一方面销售部门绩效工资比较高,另一方面他认为凭着他对专业的熟悉程度和外向型的性格完全能胜任此项工作,可是销售部门嫌他年龄太大了;有人建议他去厂办公室试试,说那里会比较适合他,但结果被告知办公室已满员;他到处寻找着适合他的空缺,最后因与领导关系不错,他被关照到了“最不需要技术和专业知识”的人力资源部门。

听了他的这段经历,我们不禁要问:难道人力资源管理真的是什么人都可以从事的职业吗?人力资源真的是“说起来重要,做起来次要,忙起来可以不要”的吗?果真人人都是人才,因此大可不必花力气去寻找人才,人力资源部门犹如“姜太公钓鱼——愿者上钩”就可以了吗?企业对人才的招聘、甄选、培训、考核、薪酬设计等就是老板一句话的事吗?

本书的出版就是要使广大读者对人力资源有一个正确的认识,特别是对传统的人事管理和现代人力资源

管理的区别有一个根本的了解。为了对以往“人事管理”和“人力资源管理”概念混淆的情况加以澄清,也为了突出现代人力资源管理与传统人事管理的区别,我们特把本套丛书命名为“现代人力资源开发与管理系列教程”。

为了适合中国普通高等学校人力资源管理专业学生、企事业单位的管理人员,以及人力资源管理的业内人士使用,我们本着“前沿、热点、创新”的宗旨,结合中国国情,采用理论与实务相结合的写作手法,力求将本丛书编写成普及性、大众化的人力资源管理书籍。

本系列教程共有 11 种书组成,涵盖了人力资源开发与管理的所有基础课程。为便于阅读和使用,本丛书的编写参照了国际上的最新模式,即先导入案例,并针对案例或本书要涉及的内容提出多道思考题进行互动讨论,然后概述本书的要点和引言进行详细剖析,再展开理论分析和实务操作及实践研究。

由于水平有限,本教程中不当之处在所难免,恳请各位读者给予批评指正!同时也衷心希望本系列教程的出版能对读者有所裨益和启迪!

张培德 胡志民

人力资源服务业,是指通过提供不同形式的人力资源服务劳动和服务产品,满足生产者、消费者在人力资源开发过程中的各种需求,并为其提供相应效用的活动。它不同于我们传统理解的“人才中介业”,是一个源自现代服务业的科学概念。

改革开放以来,我国人才工作的发展受到了党和国家的高度重视。党中央、国务院根据国际国内形势的发展变化,制定并实施了加强和改进人才工作的一系列重大战略和政策,主要有:我国“十一五”规划首次列专章提出“实施人才战略,壮大人才队伍”的任务,把实施人才战略纳入经济和社会发展的总体规划之中;党的十六大报告明确提出“尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造”的方针,赋予了人才观念以新的战略内涵;2003年底首次召开的全国人才工作会议,作出了实施人才强国战略的重大决策,提出了“把我国由人口大国转化为人才资源强国”的战略任务,充分体现了党和国家对人才工作的高度重视;2006年,“十一五”规划提出了“人力资本”概念,并进一步明确了“人力资本强国”战略的宏伟目标,人才工作进入了战略发展时代。

目前,在我国经济快速发展的过程中,作为现代服务业的重点构成部分,企业的人力资源结构逐步发生转变,人力资源服务业正面临着巨大的发展机遇和挑战。与国外人力资源服务业的发展相比,我国的人力资源服务业存在着总体实力不强、发展不均衡、体系不完善、市场化程度不高、相关服务企业治理结构不完善等方面的问题。因此,国家大力鼓励科研机构 and 高等院校的科技力量进入服务领域创办服务企业,以提高服务企业创新能力;加快培养和引进服务业所需的各类人才,特别是熟悉世界贸易规则,通晓国际惯例,擅长国际交往的金融、保险、贸易、中介等专业人才;加强服务业的岗位培训,全面推行职业资格证书制度,提高服务业从业人员的职业素质,从而加快服务业内部结构和产业层次的升级,重点培育科技含量较高的行业,提高现代服务业的竞争力。

为了适应上海经济发展的需求,不断加强和完善上海人才市场的建设,规范人才市场的发展,加强对上海市人力资源服务机构的管理,规范人力资源专业技术人员

的职业行为,提高人力资源中介服务的能力和水平,原上海市人事局根据国家人事部、国家工商行政管理总局发布的《人才市场管理规定》(第1号令)及职业资格制度的有关文件精神,其所建立的人才中介职业资格制度经过几年时间的运作,对促进上海市人才市场的建设和发展起到了积极的作用。作为华东理工大学出版社出版的“十一五”上海重点图书现代人力资源开发与管理系列教程中的一种,本书作为相关专业自学考试的指导用书,本书的出版弥补了我国在人力资源服务职业教育方面的空白,为上海市乃至全国人力资源服务行业的专业教育作出了重要贡献。

本书的写作从理论、实务和法律规范等方面对人力资源中介服务作了比较充分的分析和介绍,具有如下特点:首先,理论与实践相结合,既有一定的理论水准,又有实践针对性和可操作性;其次,将专业知识传授和能力素质的培养有机融合,帮助学生今后从事本行业工作打下基础;第三,强调了法律法规的重要性,让学生了解人才中介服务行为的规范化、法制化。本书不仅可用于高校专业学生的教材,也可作为相关专业人员提高自身综合素质和业务能力的学习用书。我们相信,随着人们现代服务观念的不断提高,人力资源服务业在当代社会经济发展中将发挥越来越重要的作用,也会有更多的有志人士加盟这个行业,为人力资源市场的健康发展起到积极的促进作用。

本书的编写是一项探索性的工作,相关的教材所见不多,作为职业能力考试的教材又不适用于大学教育,编写者费尽心思,力图使本书深入浅出,既能广泛涵盖人力资源服务业的相关知识,又能从理论层面上深入阐发,在实务操作中有所涉猎。本书的疏漏之处在所难免,还望广大读者不吝赐教。

朱庆阳

2010年3月

第一章 人力资源服务业导论	1
第一节 人力资源服务业的内涵与特征	1
第二节 人力资源服务业基本内容	11
第三节 我国人力资源服务业的历史、现状与主要问题	16
第四节 国外人力资源服务业的发展概况与趋势	26
第二章 人力资源服务业的相关法律知识	33
第一节 概述	33
第二节 业务流程	59
第三节 相关案例	68
第三章 人力资源外包服务	74
第一节 人力资源外包概述	75
第二节 人力资源外包服务基本流程	82
第三节 人力资源外包服务提供商的运作案例	86
第四章 人力资源派遣服务	94
第一节 人力资源派遣服务概况	95
第二节 人力资源派遣服务基本流程	101
第三节 人力资源派遣服务提供商的运作案例	108
第五章 人力资源培训服务	115
第一节 人力资源培训服务概述	116
第二节 培训需求分析	118
第三节 培训课程设计	123
第四节 培训课程实施	125
第五节 培训效果评估	133
第六节 人力资源培训服务案例	138

第六章 人力资源招聘服务	146
第一节 人力资源招聘服务概述	147
第二节 人力资源招聘服务基本流程	157
第三节 人力资源招聘服务的案例分析	166
第七章 人力资源测评服务	174
第一节 人力资源测评服务概述	174
第二节 人力资源测评服务基本流程	186
第三节 人力资源测评服务提供商的运作案例	191
第八章 高级人才推荐咨询服务	209
第一节 高级人才推荐咨询概述	210
第二节 高级人才推荐咨询业务基本流程	216
第三节 高级人才推荐咨询提供商的运作案例	224
第九章 人力资源咨询服务	232
第一节 人力资源战略咨询概述	233
第二节 人力资源战略咨询基本流程	240
第三节 人力资源咨询提供商的运作案例	264
第十章 人才服务行业协会	271
第一节 行业协会	271
第二节 人才服务行业协会	276
参考文献	282
后记	283

人力资源服务业导论

导入案例

劳动关系的确定

2008年,16岁的小张高中毕业,跟着叔叔来沪打工。经人介绍,小张来到某房产公司A项目工地做小工,A项目由甲建筑公司承建,其中将一部分的建筑施工活转包给蔡某,小张日常由包工头蔡某负责安排活儿,口头谈妥每月工钱1000元,扣除食宿200元,净得800元。但是工钱由蔡某年终发放,平时只领取100元生活费。

案例讨论题

1. 小张有没有与用工单位建立劳动关系?
2. 若小张被欠薪,他应该向谁催讨?
3. 其中有哪些违法之处?

第一节 人力资源服务业的内涵与特征

一、服务、现代服务业

(一) 服务与服务业

1. 服务的概念

服务(service),又称劳务,是一种经济范畴的概念,是经济物品的下位概念,与

商品(goods)居于同一层次。在经济学中,人们把能满足人类需求和欲望的任何东西分为“自由物品”(free goods)和“经济物品”(economic goods)。前者指的是人们无需通过努力便可获取的物品,如阳光、空气等,这些东西往往是无限量的;而经济物品则必须付出代价才能得到,这些物品尽管数量有限,但在人类社会生活中占据着重要地位。经济物品有两种基本形态,即实物形态的商品(goods)和非实物形态的服务(service)两部分。

马克思指出,“服务这个名词,一般地说,不过是指这种劳动所提供的特殊使用价值,就像其他一切商品也提供自己的特殊使用价值一样;但这种劳动的特殊使用价值在这里取得了‘服务’这个特殊的名称,是因为劳动不是作为物,而是作为活动提供的服务。可是,这一点并不使它它与某种机器(如钟表)有什么区别。”这说明,首先,服务是一种劳动。经济学意义上的劳动,指的是能够增加价值的活动。与生产产品的劳动一样,服务是人类的生产劳动,为自己提供特殊价值。其次,作为劳动的服务,它不是以有形的物,而是以无形的活动的形式出现,因此,在这一层面上,服务与有形商品——物还存在一定差别,这也导致了服务的生产和有形商品的生产两者具有不同的特征。

营销学专家菲利普·科特勒(Philip Kotler)认为,服务是一方能够向另一方提供的基本上无形的任何活动或利益,并且不导致任何所有权的产生。它的生产可能与某种有形产品联系在一起,也可能毫无关系。美国市场营销学会认为,服务是一种完全无形或基本无形的产品,可直接从服务的提供者转换给服务的购买者,它不需要被运输和贮藏,因此具有极大的消失性。由于服务的购买与消费是同时进行的,所以我们很难对其进行鉴定。服务是由许多不可分割的无形成分组成的,在许多重要的方面涉及消费者的参与,因此不能产生有产权性质的交易,不具有所有权。简而言之,服务是一种无形的产品,它的操作可以是满足消费者的需求,这种产品不涉及所有权,也不需要运输和贮藏。

世界贸易组织《国际服务贸易统计手册》尊重《1993年国民账户体系》对“服务”一词的用法。它被定义如下:“服务不是能够确定所有权的独立实体。它们不能脱离生产单独地进行交易。服务是定做生产的异质产出。它一般是由生产者按照消费者的需要进行的,从而实现消费单位的状况的变化。到生产完成时,它们必定已经提供给消费者。”^①

就特性而言,服务具有以下几方面的特征:

第一,服务是以活动形式出现的向他人提供使用价值或效益的劳动。服务与其他有形商品一样,能为人们提供一定的使用价值,满足其需求。所不同的是,这

种提供使用价值的劳动,是以无形的活动形式而非有形商品的形式出现。

第二,服务不涉及所有权的让渡。例如,旅客乘飞机是为了以尽可能快的速度从甲地到达乙地,乘客购买的是航空公司提供的能够满足其这种需求的活动或行为,而不是整个飞机。

第三,服务具有无形性。服务是一种不主要以实物形式而以活动形式向消费者提供使用价值或效益,满足其需求的劳动,因而,与有形商品不同,服务不能预先用五官直接感触。服务的提供者通常无法向顾客介绍服务的空间状态和确定的服务样本,同时,消费者在购买服务之前,亦往往不能感知服务,即使在购买之后,也只能觉察到服务的结果而不是服务的本身。

第四,服务具有不可分割性。有形商品的生产和消费在时间和空间上一般可以分割,通常遵循“制造—存储—销售—消费”的秩序进行。但对服务而言,其提供(生产)和消费则不可分,两者是彼此共生、同时进行、相互联动的,并且随着对物的依赖性的减少,这种不可分割性变得愈加明显。

第五,服务具有无存储性。服务不能像有形商品一样有较长的存储时间而长久搁置。当消费者购买或者使用服务的时候,服务即产生。但当没有消费者时,即服务不能被使用的话,服务既不会带来效用,也不会给提供者带来收益,服务的提供者只好坐待顾客。

第六,服务具有无一致性。与有形商品具有统一的设计和质量标准不同,服务却不能统一设计,不易标准化,其质量具有弹性,取决于提供服务的特定人员以及何时、何地、在什么样的情况下提供服务。

因此,服务是由一方向另一方提供的旨在满足其需求或效益的活动,不涉及所有权的转移,它具有无形性、无一致性、无分割性、无存储性等特征。

2. 服务业的概念

由于采用了不同的产业划分方式,“第三产业”与“服务业”是两个并不完全相同的概念。

“第三产业”是按照经济体系的供给进行的分类。按照三种产业的分类,第一产业是指通过人类劳动直接从自然界取得产品的部门,因此农业和采掘业属于第一产业;第二产业是指对第一产业和本产业提供的产品(原料)进行加工的部门,工业和建筑业属于第二产业;第三产业是指对消费者提供最终服务和对生产者(包括三个产业的生产者)提供中间服务的部门。

20世纪30年代,英国经济学家A. 费希尔在《安全与进步的冲突》一书中,首次把第一、第二产业以外的所有经济活动统称为第三产业。

三次产业的分类在一定意义上反映了社会分工和经济活动发展的不同阶段,体现了人类经济活动的历史发展顺序以及现代社会中社会化生产的发展规律,现

为世界各国广泛采用。20 世纪 80 年代初,我国开始采用按三次产业核算国民生产总值的分类体系,把农林牧渔等各业归为第一产业,把工业和建筑业等归入第二产业,除此以外都划归第三产业。第三产业中,又细分为流通和服务等两个部门、四个层次,为生产和生活服务、为提高科学文化水平和居民素质服务、为社会公共需要服务等属于服务部门,教育、文化、广播电视、科学研究、卫生、体育和社会福利等则属于为提高科学文化水平和居民素质服务范畴(如表 1-1 所示)。

表 1-1 我国三次产业分类

产业分类	主 要 内 容
第一产业	农林牧渔
第二产业	工业和建筑业 其中还包括制造业、自来水、电力、蒸汽、热水、煤气等
第三产业	交通、运输等 为生产和生活服务的部门 为提高科学文化水平和居民素质服务的部门 为社会公共需要服务的部门

“服务业”则是按照另外一种划分方式,即以经济体系的需求为基础进行的分类。按照需求,大致可以分为农业、制造业和服务业。这种划分以是否生产或提供各种类型的农产品、制成品和服务为标准的。

关于“服务业”,最简单和一般的定义,是指生产非货物和产品的产业。例如,经济合作与发展组织(OECD)界定服务业为提供帮助、效用,或关怀、经历、信息,或其他智力内容的产业。^① 英国国家统计局办公室(ONS)给予服务业的定义是:无形和非商品,即除了农业、采掘业、建筑业和制造业外的产业。因此,服务业(service industry)是指那些为满足生产者、消费者的服务需求,提供不同形式服务劳动和服务产品的产业。

综上所述,第三产业和服务业这两个概念的差异表现在:首先,第三产业的界定采用的是剩余法,即把第一、第二产业以外的所有经济活动统称为第三产业;而服务业的范围是以是否生产或提供服务来确定的。其次,按三次产业划分的第三产业是供给分类,它与第一、第二产业间是单向依赖关系;服务业同农业、制造业的划分,是以经济体系的需求分类为基础的,它同农业、制造业之间是相互依赖关系。另外,第三产业的经济结构含义主要是相对于国内经济的,服务业的经济结构含义则是面向国内和国际两个市场的。

(二) 现代服务业

服务业是一个门类庞杂、性质迥异的集合体。经济学家格鲁伯从服务的对象出发,把服务业分为消费者服务业、生产者服务业和政府(社会)服务业(如表 1-2 所示)。^① 消费者服务业,即消费者在市场上购买的、满足其最终需求的服务。^② 生产者服务业,即生产者在市场上购买的,被企业用作生产商品与其他服务的中间服务,典型的生产者服务又被称为企业服务。生产者服务业是围绕企业生产进行的,其特征是被企业用作商品和其他服务生产的投入。在服务业中,生产者服务业被认为最具经济增长动力的性质。^③ 政府(社会)服务业,即由政府或公共部门提供具有公共产品性质的各类服务。

表 1-2 服务业分类^①

类 型	消费者服务业	生产者服务业		政府(社会)服务业
功 能	满足个人最终需求	满足厂商的生产需求		提供公共产品
需求性质	最终需求	中间需求		最终需求和中间需求
行业细分	娱乐休闲、文化艺术、饮食、房地产、医疗、教育	交通、物流、批发、信息服务、金融保险等	研发、设计、技术咨询、会计、法律、工程和建筑服务、广告等	政府服务、公益服务、义务教育、社会福利部门、公立医院等
特 点	人性化、个性化	可实现标准化	难以实现标准化	难以标准化
收入弹性	较高	不明确	不明确	较高
劳动生产率	难以提高	可以提高	难以提高	不明确。因为该服务不存在市场意义上的价格,同产业结构优化和升级的关系不大,主要受政府功能定位和财政收入的影响
就 业	吸纳能力强	吸纳能力不强	吸纳能力较强且人才高端化	
资本和技术密集性质	劳动力密集	资本和技术密集	人力资本密集	

20 世纪 70 年代以来,生产者服务业作为服务业中最具活力的部门,其发展速度已超过了制造业;而在制造业增加值和就业比重不断下降的同时,生产者服务业部门增加值和就业比重呈现逐年上升趋势。经济越发达,这一现象越明显。在许多国家、特别是发达国家,目前生产者服务业增加值在服务业增加值中的比重已达

^① 资料来源:周振华.现代服务业研究.上海:上海社会科学院出版社,2005.

40%左右。如果其服务业增加值在 GDP 中的比重为 70%，那么，生产者服务业的增加值占 GDP 的比重就接近 30%。这表明，服务业从传统的以劳动密集型为主转向以资本密集型为主，并正在进一步向技术、知识密集型为主的服务业转变。这些现象引起了经济学家的广泛关注，一个新的名称——现代服务业开始显山露水。

所谓现代服务业，指的是为生产、商务活动和政府管理而非最终消费提供的服务，它是从制造业内部生产服务部门分离而发展起来的一个新兴的服务产业，它是依托电子信息等高科技和现代管理理念、经营方式和组织形式发展起来的，对其他产业具有较强的带动性。现代服务业的主要特征：① 高技术型。现代服务业融入现代化技术、创新的理念和先进的经营、组织方式。② 智力密集型。现代服务业是以人力资本，特别是智力资源为基础的。人力资本的密集程度，直接决定现代服务企业的生存与发展。③ 分散灵活性。与大型制造企业不同，现代服务企业多采取小规模、分散式、灵活性的经营方式和经营策略，以满足不同客户的多样需求。④ 高增值性。现代服务业除了因智力密集创造出较高的直接价值以外，还具有节约经营成本、提升经营效益、增加无形资产等间接效益，因此，其增值性要高于制造业和传统服务业。⑤ 非均衡性。现代服务业的行业分布随生产企业的分布和聚集的不同而产生非均衡的特征。一般在制造业发达、生产企业服务外包意识强的地区，现代服务业发展较快、业态较强。⑥ 高品位性。由于现代服务业吸纳了众多高素质人才，现代服务企业也较看重品牌意识，因此，现代服务企业的选址一般比较注重集聚在城市的黄金地段，追求高品位的场所环境，以此服务于客户。

二、人力资源服务业的内涵

（一）人口、人力资源、人才

要对人力资源服务业的基本内涵有完整的理解，首先要对人口、人力资源、人才等三个概念加以区分和认识。

1. 人口

通常，人口是指在一定地域和社会范围内人群的总体，即居住在一定地区，并构成某一社会的那些人所组成的一个复杂、多样的总体。它是最重要的社会物质生活条件，是社会生产的基础和主体，它是一切社会现象的承担者和一切社会生活的出发点。人口作为一个生物种群，是自然界有生命的物质，同其他生物一样，人也有出生、成长、衰老、死亡的自然发展过程，有自身的遗传、变异以及全部生理机能。人口有年龄、性别、种族、部门、职业、民族、文化、地域等规定性。在阶级社会中，人口具有阶级性。人口现象是社会现象，人口规律是社会规律，人口过程也是