

普通高等教育“十三五”规划教材



服务外包产教融合系列教材

主编 迟云平 副主编 宁佳英

电子商务 服务外包理论与实务

DIANZI SHANGWU FUWU WAIBAO LILUN YU SHIWU

主 编 胡治芳 但鸣啸



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

普通高等教育“十三五”规划教材



服务外包产教融合系列教材

主编 迟云平 副主编 宁佳英

电子商务 服务外包理论与实务

主 编 胡治芳 但鸣啸



华南理工大学出版社
SOUTH CHINA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

· 广州 ·

图书在版编目(CIP)数据

电子商务服务外包理论与实务/胡治芳, 但鸣啸主编. —广州: 华南理工大学出版社, 2017. 5

(服务外包产教融合系列教材/迟云平主编)

ISBN 978 - 7 - 5623 - 5203 - 7

I. ①电… II. ①胡… ②但… III. ①电子商务 - 商业服务 - 对外承包 - 教材
IV. ①F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 041168 号

电子商务服务外包理论与实务

胡治芳 但鸣啸 主编

出 版 人: 卢家明

出版发行: 华南理工大学出版社

(广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

http://www.scutpress.com.cn E-mail:scutc13@scut.edu.cn

营销部电话: 020 - 87113487 87111048 (传真)

总 策 划: 卢家明 潘宜玲

执行策划: 詹志青

责任编辑: 刘 锋 詹志青

印 刷 者: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 13.25 字数: 328 千

版 次: 2017 年 5 月第 1 版 2017 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1~1000 册

定 价: 35.00 元

版权所有 盗版必究 印装差错 负责调换

“服务外包产教融合系列教材”

编审委员会

顾问：曹文炼(国家发展和改革委员会国际合作中心主任，研究员、教授、博士生导师)

主任：何大进

副主任：徐元平 迟云平 徐 祥 孙维平 张高峰 康忠理

主编：迟云平

副主编：宁佳英

编委(按姓氏拼音排序)：

蔡木生	曹陆军	陈翔磊	迟云平	杜 剑	高云雁	何大进
胡伟挺	胡治芳	黄小平	焦幸安	金 晖	康忠理	李俊琴
李舟明	廖唐勇	林若钦	刘洪舟	刘志伟	罗 林	马彩祝
聂 锋	宁佳英	孙维平	谭瑞枝	谭 湘	田晓燕	王传霞
王丽娜	王佩锋	吴伟生	吴宇驹	肖 雷	徐 祥	徐元平
杨清延	叶小艳	袁 志	曾思师	查俊峰	张高峰	张 芒
张文莉	张香玉	张 屹	周 化	周 伟	周 璇	宗建华

评审专家：

周树伟(广东省产业发展研究院)
孟 霖(广东省服务外包产业促进会)
黄燕玲(广东省服务外包产业促进会)
欧健维(广东省服务外包产业促进会)
梁 茹(广州服务外包行业协会)
刘劲松(广东新华南方软件外包有限公司)
王庆元(西艾软件开发有限公司)
迟洪涛(国家发展和改革委员会国际合作中心)
李 澍(国家发展和改革委员会国际合作中心)

总策划：卢家明 潘宜玲

执行策划：詹志青

总 序

发展服务外包，有利于提升我国服务业的技术水平、服务水平，推动出口贸易和服务业的国际化，促进国内现代服务业的发展。在国家和各地方政府的大力支持下，我国服务外包产业经过 10 年快速发展，规模日益扩大，领域逐步拓宽，已经成为中国经济新增长的新引擎、开放型经济的新亮点、结构优化的新标志、绿色共享发展的新动能、信息技术与制造业深度整合的新平台、高学历人才集聚的新产业，基于互联网、物联网、云计算、大数据等一系列新技术的新型商业模式应运而生，服务外包企业的国际竞争力不断提升，逐步进入国际产业链和价值链的高端。服务外包产业以极高的孵化、融合功能，助力我国航天服务、轨道交通、航运、医药、医疗、金融、智慧健康、云生态、智能制造、电商等众多领域的不断创新，通过重组价值链、优化资源配置降低了成本并增强了企业核心竞争力，更好地满足了国家“保增长、扩内需、调结构、促就业”的战略需要。

创新是服务外包发展的核心动力。我国传统产业转型升级，一定要通过新技术、新商业模式和新组织架构来实现，这为服务外包产业释放出更为广阔的发展空间。目前，“众包”方式已被普遍运用，以重塑传统的发包/接包关系，战略合作与协作网络平台作用凸显，从而促使服务外包行业人员的从业方式发生了显著变化，特别是中高端人才和专业人士更需要在人才共享平台上根据项目进行有效整合。从发展趋势看，服务外包企业未来的竞争将是资源整合能力的竞争，谁能最大限度地整合各类资源，谁就能在未来的竞争中脱颖而出。

广州大学华软软件学院是我国华南地区最早介入服务外包人才培养的高等院校，也是广东省和广州市首批认证的服务外包人才培养基地，还是我国

服务外包人才培养示范机构。该院历年毕业生进入服务外包企业从业平均比例高达66.3%以上,并且获得业界高度认同。常务副院长迟云平获评2015年度服务外包杰出贡献人物。该院组织了近百名具有丰富教学实践经验的一线教师,历时一年多,认真负责地编写了软件、网络、游戏、数码、管理、财务等专业的服务外包系列教材30余种,将对各行业发展具有引领作用的服务外包相关知识引入大学学历教育,着力培养学生对产业发展、技术创新、模式创新和产业融合发展的立体视角,同时具有一定的国际视野。

当前,我国正在大力推动“一带一路”建设和创新创业教育。广州大学华软软件学院抓住这一历史性机遇,与国家发展和改革委员会国际合作中心合作成立创新创业学院和服务外包研究院,共建国际合作示范院校。这充分反映了华软软件学院领导层对教育与产业结合的深刻把握,对人才培养与产业促进的高度理解,并愿意不遗余力地付出。我相信这样一套探讨服务外包产教融合的系列教材,一定会受到相关政策制定者和学术研究者的欢迎与重视。

借此,谨祝愿广州大学华软软件学院在国际化服务外包人才培养的路上越走越好!

国家发展和改革委员会国际合作中心主任

2017年1月25日于北京

前言

互联网的快速发展将整个世界经济带入了一个前所未有的高速增长期,电子商务在网络技术的催生下逐渐深入人心,电子商务大潮也在急速改变传统的商业模式。电子商务系统是一种商家与客户进行交流的新方式,它所带来的冲击是革命性的,对传统企业提出了严峻的挑战:要求企业管理者必须以全新的思维来看待未来的客户、未来的竞争对手、未来的技术工具。

随着互联网技术的逐步完善,电子商务已经走过了第一阶段的启蒙时期和第二阶段的网络大市场时期,开始步入第三阶段——电子商务服务外包时期。特别是对于我国中小企业而言,因资金、技术和人才等方面的局限,需要社会提供低成本、高性能、平台化的电子商务服务,外包已成为中小企业电子商务发展的主流。

市面上关于电子商务外包实操方面的书籍很少,本书基于指导企业开展电子商务服务外包活动的目的编写而成,对于需要进行电子商务服务外包的企业而言非常有借鉴价值。同时,也有利于从事电子商务的人员以及在校的电子商务本科生掌握电子商务服务外包的模式和技巧,理解各类外包业务开展的方式,从而提高其适应社会和终身学习的能力。

本书立足于高等院校本科专业的教学特点,从企业实际出发,较系统地阐述了电子商务服务外包的基本应用,包括电子商务服务外包的概念、电子商务网站建设服务外包、网络营销外包、电子商务物流外包、网店运营服务外包、客户服务外包、电子商务服务外包管理等相关内容。每章的“学习目标”“本章小结”有助于读者把握知识要点和明确学习目标;“引入案例”引导读者了解企业实际应用案例,将理论与实际相结合;并配有复习题,不仅可以帮助学生读者地理解知识点,同时还可以帮助其提高实践和应用能力。



本书由广州大学华软软件学院的胡治芳、但鸣啸主编，胡治芳负责整书的策划、统稿工作。具体编写分工如下：第一章、第四章、第五章、第八章由胡治芳编写，第二章、第三章、第六章、第七章由但鸣啸编写。

本书在编写的过程中得到了广州大学华软软件学院服务外包中心的大力支持，在此深表感谢。除此以外，还有众多对本书的编写工作给予过指导和帮助的学者、老师，以及参考书籍和资料的作者，在此一并表示衷心的感谢！

限于时间和编者的水平，本书仍难免存在诸多不足，还望读者批评指正。

编者
2017年4月

目 录

1 服务外包	1
1.1 服务外包的概念	2
1.2 服务外包的业务种类	7
1.3 服务外包的模式	10
1.4 服务外包的风险及控制	15
1.5 服务外包的发展趋势	18
2 电子商务服务外包	22
2.1 电子商务的概念	23
2.2 电子商务服务外包的概念	27
2.3 电子商务服务外包的模式	32
2.4 电子商务服务外包的流程	34
2.5 电子商务服务外包的必要性及注意事项	36
2.6 电子商务服务外包业的人才培养	38
2.7 电子商务服务外包业的发展趋势	41
3 电子商务网站建设服务外包	45
3.1 电子商务网站	46
3.2 电子商务网站外包服务	51
3.3 电子商务网站外包的流程	54
3.4 电子商务网站外包的风险	56
3.5 电子商务网站建设外包企业选择	58
4 网络营销外包	65
4.1 网络营销外包概述	66
4.2 网络营销外包业务	68
4.3 网络营销外包流程	78
4.4 网络营销外包平台——“猪八戒”网	85



5 电子商务物流外包	94
5.1 电子商务物流概述	96
5.2 电子商务物流外包概述	99
5.3 电子商务物流外包业务及流程	103
5.4 电子商务物流外包流程管理	114
6 网店运营服务外包	120
6.1 网店运营服务外包概述	121
6.2 网店运营服务外包业务	125
6.3 网店运营服务外包模式	127
6.4 网店运营服务外包流程	132
6.5 网店运营服务外包企业选择	137
7 客户服务外包	145
7.1 客户服务外包概述	146
7.2 客户关系管理外包业务流程	148
7.3 呼叫中心服务外包业务	152
8 电子商务服务外包管理	160
8.1 电子商务服务外包合同管理	161
8.2 电子商务服务外包风险管理	172
8.3 电子商务服务外包项目管理	176
参考文献	199

1 服务外包

【学习目标】

通过本章的学习，要求掌握服务外包的内涵、特点及优势，熟悉服务外包的业务种类及模式，了解服务外包的发展趋势。

【引入案例】

京东商城携手戴尔开创电商售后服务新模式

为全面提升用户网购体验，中国最大的综合网络零售商之一京东商城和全球领先的IT产品及解决方案厂商戴尔达成售后服务战略合作共识，京东商城将以戴尔授权服务提供商资质，为消费者提供与戴尔公司同等质量和高效率的售后服务。2013年1月14日，双方在北京成功举办“京东·戴尔服务战略合作揭牌仪式”，京东商城集团副总裁王志军与戴尔全球副总裁鲍勃·费纳(Bob Feiner)出席仪式。

根据双方合作内容，针对所销售的戴尔计算机，京东商城可以通过自我诊断，为消费者提供高效的在线部件订购和安装服务，从而自行解决消费者售后维修方面的相关问题。同时，京东商城可以调动戴尔在全国各地的备件，以保证维修服务及时完成。借助这一服务，售后维修检测程序将得到极大节省，配合京东的上门取件服务，客户将足不出户完成售后维修全过程，真正享受到京东提供的一站式服务以及售后维修O2O模式带来的便利。对于习惯网购、喜欢戴尔电脑产品的消费者而言，这无疑是一个福音。

此次，京东商城与戴尔强强联手，开创了一种全新的服务模式，成为中国电商行业的一大创举。众所周知，戴尔甄选合作伙伴有一套严格的准入程序，对合作伙伴从产品支持能力、工单管理体系、服务拓展能力、覆盖范围等方面均会进行重点考核。作为世界级企业，戴尔格外关注合作伙伴在客户满意度、问题解决率、响应时效等关键性运营指标上的表现。因此，此次战略合作的达成既得益于京东商城与戴尔长期以来的良好合作基础，也说明京东商城所具备的全行业独有的供应链服务优势，与戴尔的要求相契合。

戴尔全球副总裁鲍勃·费纳表示，戴尔公司与京东商城在售后服务领域的合作将显著提升消费者对网购戴尔产品的整体消费体验。通过集成戴尔认证的高质量的本地售后服务，京东商城将强化其网络销售优势，从而让更多消费者能够放心购买戴尔的创新IT产品，并享受到戴尔与京东商城联合提供的包括咨询、购买、使用以及售后维修在内的

一站式整体服务。

据了解,京东商城的供应链服务优势主要体现在自建物流体系以及较为完善的售后服务体系。全国范围的电脑售后维修服务所涉及的交接环节较多,若不是如京东商城一般拥有自主配送体系的支持,而用第三方配送,交接确认的责任问题将使此服务难以执行。同时,京东商城以维修中心为核心的售后维修体系是其与戴尔达成合作的基础。据悉,“京东商城维修中心”于2011年4月成立,目前在PC和通信业务上已拥有戴尔、HTC等二十余家品牌厂商的服务授权,且这一数字正随着京东商城的发展而不断增大。为了给客户提供更好的售后服务,京东商城目前在北京、上海、广州、成都、武汉、沈阳六地均设立了维修中心,全国工作人员超过70人,2013年预计扩展至160人。

目前,京东商城开设了戴尔旗舰店和电商行业第一家Alienware旗舰店,在售的戴尔产品已覆盖全系列消费类电脑产品、全系列显示器产品和部分商用电脑产品。通过此次战略合作,京东商城与戴尔的合作更延伸至售后服务领域,实现了售前、售中、售后三位一体的全方位合作。未来,京东商城将与戴尔戮力同心,以用户体验为出发点,持续提升整个服务网络对客户满意度的坚实承诺。2013年,双方战略携手,于销量和服务上进行多维度的探索,进一步提升客户体验和品牌忠诚度。

(资料来源:中国电子商务研究中心网2013年消息,

<http://www.100ec.cn/detail--6078658.html>)

案例思考:

1. 什么是服务外包?
2. 本案例中发包方是谁? 接包方是谁?
3. 戴尔为什么要将售后服务外包给京东商城? 戴尔选择京东商城的理由是什么?

1.1 服务外包的概念

1.1.1 服务外包的内涵

1. 服务外包定义及业务类型

服务外包的理论思想可溯及科斯和威廉姆森,分析途径沿着“交易成本—采购—外包”的脉络不断发展。当交易活动的市场成本大于内部交易成本时,则该项活动应全部或部分地在企业内部进行,否则就应在企业外部进行。在服务外包实践过程中,不同国家和企业的外包各有侧重,因此对服务外包有不同的定义。

国际上对服务外包的定义是依据服务协议,将某项服务的持续管理或开发责任授权给第三方即服务外包提供商执行。这种新兴服务模式的服务对象仍然是企业,但由于服务外包是信息通信技术发展的产物,因而其产业载体是信息,而非实物性产品,这也决定了其服务主体主要表现为知识劳动力。

毕博管理咨询公司定义：服务外包就是指企业为了将有限资源专注于其核心竞争力，以信息技术为依托，利用外部专业服务商的知识劳动力，来完成原来由企业内部完成的工作，从而达到降低成本、提高效率、提升企业对市场环境迅速应变能力并优化企业核心竞争力的一种服务模式。

《中国服务外包发展报告(2007)》中指出：服务外包是指企业将价值链中原本由自身提供的具有基础性的、共性的、非核心的 IT 业务和基于 IT 的业务流程剥离出来后，外包给企业外部专业服务提供商来完成的经济活动。

2006 年，中国商务部《关于实施服务外包“千百十工程”的通知》中指出：“服务外包业务”系指服务外包企业向客户提供的信息技术外包服务(ITO)和业务流程外包服务(BPO)，包括：业务改造外包、业务流程和业务流程服务外包、应用管理和应用服务等商业应用程序外包、基础技术外包(IT、软件开发设计、技术研发、基础技术平台整合和管理整合)等；“国际(离岸)服务外包”系指服务外包企业向境外客户提供服务外包业务。

总的来说，外包服务能够使企业集中力量来生产自己强项的东西，而把一些自己薄弱的东西交给专业服务机构办理，使社会分工更细，能够提高工作效率，降低企业成本。

2. 服务外包企业

服务外包企业是指根据其与服务外包发包商签订的中长期服务合同向客户提供服务外包业务的服务外包提供商，也称之为接包方，一般来自劳动力成本较低的国家 and 地区。世界主要的服务外包承接国有 7 个，包括欧洲的爱尔兰、捷克，亚洲的中国、印度、菲律宾、马来西亚和新加坡。发包商也叫发包方，是指想要将业务外包出去的企业，一般来自劳动力成本较高的国家和地区，如美国、西欧、日本。

1.1.2 服务外包的特点

服务外包是在经济全球化和分工国际化的背景下伴随信息通信技术发展而生的产物，具有科技含量高、产出高、附加值高、吸纳就业能力强、资源消耗低等特点。

1. 以 IT 技术应用为基础

由于大部分的服务外包合作双方都处于不同的地域，即以离岸外包为主，合作双方关系的确立以及业务的进行必须依赖互联网和通信技术。也正是互联网的出现，使得原先难以在国际贸易中实现的“服务贸易”得以实现，并构成了服务外包的技术条件。无论是 ITO 还是 BPO，区域内还是区域间服务外包，都以 IT 为内容或基础，特别是区域服务外包，对承接地信息化基础设施建设和信息化发展水平提出了很高的要求。如果一个承接地的信息化基础设施建设和信息化发展水平滞后，就难以承接服务外包业务。即使其已经承接到服务外包业务，一旦通信网络出现问题，业务就会被迫终止。

2. 流程化与标准化管理

服务外包具有强大的流程化管理和标准化运营体系。从服务外包的定义可以知道，服务外包是把基于 IT 的业务流程剥离出来后，外包给企业外部专业服务提供商来完成

的经济活动,因此服务外包本身就具有流程化的特征,尤其在业务流程外包和知识流程外包方面更为明显。在服务外包行业中,尤其在业务流程外包方面,标准化在提供技术互换性、遵守相应准则和提供客户信任度方面起着重要的作用。

3. 契约化管理

由于外包供应商是外部独立运作的法人实体,外包供应商和发包商的关系是合作关系,而不是行政隶属关系,也不是一般性的买卖关系,因此发包商必须与外包供应商签订长期的合同或协议。外包合同是双方合作的基础,也是维持这种合作关系的可靠凭证,它直接关系到外包的成败,故发包商必须用具有法律效力的合同来约束接包商的行为,有效地降低外包的风险。

发包方通过与接包方公司的谈判,最终确定的外包合同主要包括以下方面:外包项目的业务内容、外包的价格、双方的职责、双方的权利与义务、合作的期限、项目完成进度及要求、违规条款、商业保密条款、双方沟通机制、问题处理机制和退出外包机制。

4. 业务专业化

承接方往往是某个领域的专家级接包商,对所接业务拥有更强的优势、更加专业化的能力、更高的服务水平。

5. 附加值高

与传统制造业相比,服务外包不用进行实物生产,多数是依赖 IT 设备,对于资源的消耗比制造业低很多,附加值更高。

6. 知识密集型

服务外包属于知识密集型产业,很多业务都需要从业人员有相关的培训教育经历和丰富的实践经验,并非像制造业一样对工人进行简单的技能培训就可以从事生产,因此对人力资源的要求很高。

7. 不受地域限制

服务外包的接包商可以在本国也可以在世界上的任何一个角落,发包方不用担心对方在哪里。只要能提供高水平的服务,无论在哪里,都可以进行合作。

1.1.3 服务外包的优势

1. 改进财务,节约成本

一些财务方面的考虑可使得利用外包具有特别的吸引力。例如通过外包将已经不能够创造价值的业务单元,或通过将设备和固定财产移交给外包商,使组织能够获得一笔现金流,从而解放一部分资源用于其他目的(如战略投资)。外包信息系统的投资能够避免未来持续的或大量的资本投入。外包服务还可以帮助企业节省人力成本,节省人员工资、保险费用、住房公积金、交通通信费用、其他福利费用、带薪休假福利、人力资源管理成本、人员流失损失等。

2. 获得信息技术和能力

IT 外包能够获得最先进和前沿的技术和技能；再有，企业能够获得外部可利用的设备、服务等方面的资源；能够将信息技术和技能等易于过时的风险转移给外包商；能够使企业与外包商分担新技术的风险或将新技术的风险转嫁给外包商。IT 外包的战略性考虑因素之一便是：借助外包商与现有的、未来的技术保持同步的优势，改善技术服务，提供接触新技术的机会，来实现企业以花费更少、历时更短、风险更小的方式推动信息技术在企业发展中的功能。

3. 改善信息技术服务水平

外包可以提高信息服务水平，提高服务响应速度与效率。外包商在某些领域常常能够比内部信息部门提供质量更高的服务，外包日常的操作性及负担性的信息服务，能够使企业内部的信息技术部门将精力集中在那些真正能够为企业创造价值的活动和应用方面，增强内部信息技术部门的效率。

4. 促进组织变迁

在一个公司创业初期，外包信息技术能够节省一大笔初始投资，有效缓解创业期资金的紧张；外包有利于企业的合并、购并和重组活动；外包有利于用外包的标准来提升内部的信息技术部门的绩效。通过外包，企业无须扩大自身人力规模，减少了因人才聘用或流失而花费的精力、成本，面临的压力以及培训方面的开支，增强了人力资源配置的灵活性。

5. 提高内部信息技术人员的学习能力

外包能够减轻内部信息技术人员的压力；外包日常的操作和维护工作，能够为内部信息技术人员提供更多的学习新技术、新解决方案的机会。

运作实例 1-1

索尼人力资源外包管理

索尼电子有限公司在美国拥有 14 000 名员工，其中人力资源专员主要分布在七个地点。尽管投资开发 PEOPLESOFT 软件并以此作为通用平台，但索尼电子仍在不断追求发挥最佳技术功效。

在索尼找到翰威特之前，索尼公司的人力资源机构在软件应用和文本处理方面徘徊不前。所有的人力资源应用软件中，各地统一化的比率仅达到 18%，并因此造成低效率。索尼人力资源小组意识到，他们不仅需要通过技术方案来解决人力资源问题，还需要更有效地管理和降低人力资源服务成本，并依此提升人力资源智能的战略角色。

正是基于此，索尼电子决定与翰威特签订外包合同，转变人力资源职能。翰威特认为这将意味着对索尼电子的人力资源机构进行重大改革，其内容不仅限于采用新技术，翰威特还可以借此契机帮助索尼提高人力资源的质量、简化管理规程、改善服务质量并

改变人力资源部门的工作日程,进而提高企业绩效。

在这样的新型合作关系中,翰威特提供人力资源技术管理方案和主机、人力资源用户门户并进行内容管理。这样索尼可以为员工和经理查询所有的人力资源方案和服务内容提供方便。此外,翰威特提供综合性的客户服务中心、数据管理支持及后台软件服务。

索尼与翰威特合作小组对转变人力资源部门的工作模式寄予厚望。员工和部门经理期望更迅速、简便地完成工作,而业务经理们则期望降低成本和更加灵活地满足变动的经营需求。

此项目的最大的节省点在于人力资源管理程序和政策的重新设计及标准化,并通过为员工和经理提供全天候的人力资源数据、决策支持和交易查询服务,使新系统大大提高效能。经理们将查询包括绩效评分和人员流动率在内的员工数据,并将之与先进的模式工具进行整合和分析。这些信息将有助于经理制定更加缜密、及时的人员管理决策。经理们可以借此契机提高人员及信息管理质量,进而对企业经营产生巨大的推进作用。

项目启动后,索尼电子与翰威特通力合作,通过广泛的调查和分析制定了经营方案,由此评估当前的环境并确定一致的、优质的人力资源服务方案对于索尼经营结果的影响。

索尼电子实施外包方案之后,一些结果已经初见端倪。除整合、改善人力资源政策之外,这一变革项目还转变了索尼 80% 的工作内容,将各地的局域网、数据维护转换到人力资源门户网的系统上。数据接口数量减少了 2/3。新型的汇报和分析能力将取代原有的、数以千计的专项报告。

从未来看,到第二年,索尼电子的人力资源部门将节省 15% 左右的年度成本,而到第五年时,节省幅度将高达 40% 左右。平均而言,5 年期间的平均节资额度可达 25% 左右。

索尼现在已经充分认识到通过外包方式来开展人力资源工作的重要性,因为可以由此形成规模经济效应并降低成本。此外,人力资源外包管理将人力资源视为索尼公司网络文化的起点。人力资源门户将是实施索尼员工门户方案的首要因素之一。索尼也非常高兴看到通过先行改造人力资源职能来进行电子化转变。

(资料来源: <http://www.xuexila.com/success/chenggonganli/502560.html>)

思考题:

1. 服务外包帮助索尼解决了什么问题?
2. 通过服务外包,索尼获得了哪些优势?

1.2 服务外包的业务种类

服务外包的分类方法有很多,按照不同的分类标准有不同的分类。

1.2.1 业务内容标准

根据业务内容,服务外包包括 ITO (information technology outsourcing, 信息技术外包)、BPO (business process outsourcing, 业务流程外包)、KPO (knowledge process outsourcing, 知识流程外包)。信息革命成果的商业性普及推广,使 IT 服务以及软件生产成为规模最大的外包对象;与此同时,人事管理、财务会计、研发设计等很多企业传统认为是关键性的内置职能,也成为商务流程服务外包对象。

1. 信息技术外包

ITO 是指企业向外部寻求并获得包括全部或部分信息技术类的服务。服务内容包括:系统操作服务、系统应用服务、数据中心的运作、基础技术服务等,表 1-1 列举了 ITO 业务内容及细类的例子。

表 1-1 ITO 业务内容及细类举例

大 类	细类举例
系统操作服务	对银行数据、信用卡数据、各类保险数据、税务数据、保险理赔数据、医疗/体检数据、法律数据(包括信息)的处理与集合
系统应用服务	信息工程及流程设计、远程维护、管理信息系统服务等
基础技术服务	承接技术研发、基础技术或基础管理平台整合、软件开发设计等

ITO 可以包括产品支持与专业服务的组合,用于向客户提供 IT 基础设施,或企业应用服务,或同时提供这两方面的服务,从而确保客户在业务方面取得成功。ITO 使企业将有限的 IT 资源有效地用于核心业务,最快获得专业支持能力,从而实现对系统的完善管理,降低 IT 运营成本,提高企业的竞争力。

2. 业务流程外包

BPO 是指企业将自身基于信息技术的业务流程委托给专业化服务提供商,由其按照服务协议要求进行管理、运营和维护服务等。服务内容包括企业内部管理服务、企业业务运作服务、供应链管理服务等,表 1-2 列举了 BPO 主要业务内容及细类的例子。