

服务外包基础知识教程

主 编 范立红

哈尔滨地图出版社

服务外包基础知识教程

FUWU WAIBAO JICHU ZHISHI JIAOCHENG

主 编 范立红

哈尔滨地图出版社

· 哈尔滨 ·

图书在版编目(CIP)数据

服务外包基础知识教程/范立红主编. —哈尔滨: 哈尔滨地图出版社, 2009. 8
ISBN 978-7-5465-0127-7

I. 服… II. 范… III. 服务业—对外承包—高等学校—教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 1511932 号

哈尔滨地图出版社出版发行

(地址: 哈尔滨市南岗区测绘路 2 号 邮政编码: 150086)

哈尔滨太平洋彩印有限公司印刷

开本: 787 mm × 1 092 mm 1/16 印张: 15.25 字数: 390 千字

ISBN 978-7-5465-0127-7

2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1 ~ 1 000 定价: 28.00 元

前 言

继制造业之后,全球出现了以现代服务业、高端制造业和研发环节转移为特征的世界经济新一轮产业转移——服务外包。20世纪90年代以来,尤其是世界经济危机爆发以来,许多跨国公司出于降低成本,增强竞争力的考虑,正在向中国转移相关服务产业,中国服务外包作为发展外向型经济的支撑面临良好的发展机遇。

2008年底,黑龙江省委经济工作会议上明确“八大经济区”、“十大重点工程”的发展思路,其中再次明确发展服务外包产业的战略地位。黑龙江省服务外包产业在整个经济普遍下滑情况下,逆势而上,呈现出良好的发展势头,实现了快速发展。大庆市和哈尔滨市被批准为“中国外包示范城市”,累计有21家服务外包企业通过CMM/CMMI认证,5家服务外包企业通过ISO27001认证,从业人员超过4万人。服务外包产业具有科技含量高、附加值大、资源消耗低、吸纳就业能力强等特点。大力发展服务外包,对深入贯彻科学发展观,建立环境友好型和资源节约型社会具有重要意义,有利于优化产业结构,转变贸易增长方式,促进就业。为贯彻落实商务部服务外包“千百十工程”和《黑龙江省促进服务外包产业发展的若干意见》,加强服务外包人才培养,提升服务外包产业人员素质,我们在深入实践和广泛调研的基础上,倾力打造了这本《服务外包基础知识教程》。

本书是服务外包基础知识读本,对服务外包的产生背景、发展与实践、主要业务流程和相关计算机、英语、公文写作、法律法规等方面基础知识进行了介绍。特点是注重基础、突出实践、知识跨度大,是了解和学习服务外包知识的实用性参考书和教材。本书可以作为高等学校服务外包基础知识教材,也可以作为政府服务外包管理人员、服务外包企业人员和服务外包专业技术人员参考书,及服务外包普及培训资料。

本书共分8章,第1章至第4章主要内容有服务外包概述、国际国内服务外包发展、服务外包业务、客户关系外包与呼叫中心。第5章和第6章分别介绍了服务外包涉及的英语和计算机基础知识。第7章重点介绍了常用公文及涉外经济类文书的写作。第8章介绍了与服务外包相关的法律法规。

本书由范立红副教授(黑龙江信息技术职业学院)担任主编,郭振华(黑龙江省服外包职业教育集团)担任副主编,其中范立红编写了第1章、第2章、第7章并对全书进行统稿,郭振华编写了第3章、第4章并对其他相关章节的编写提出了建议,张艳霞(黑龙江信息技术职业学院)、慕亚茹(黑龙江信息技术职业学院)编写了第6章,周博(黑龙江信息技术职业学院)编写了第5章,周海涓(黑龙江信息技术职业学院)、王刚(黑龙江信息技术职业学院)编写了第8章,张艳霞副教授对全书进行了审核和校验。

在本书编写过程中借鉴、吸收了许多专家、学者的研究成果,参阅了大量的文献资料,得到了黑龙江省服外包职业教育集团、黑龙江信息技术职业学院等单位领导和同事的大力支持,在此一并表示感谢。

由于编者的水平有限,加之时间仓促,书中难免存在缺点和不妥之处,恳请读者提出批评和建议。

编 者

2009年8月

《服务外包基础知识教程》编委会

主 编 范立红(黑龙江信息技术职业学院)
副主编 郭振华(黑龙江省服外包职业教育集团)
参 编 张艳霞(黑龙江信息技术职业学院)
慕亚茹(黑龙江信息技术职业学院)
周海涓(黑龙江信息技术职业学院)
周博(黑龙江信息技术职业学院)
王刚(黑龙江信息技术职业学院)

目 录

第1章 服务外包概述	1
1.1 服务外包产生	1
1.2 服务外包分类	8
第2章 国际国内服务外包发展	12
2.1 国际服务外包市场	12
2.2 我国服务外包现状与发展	16
第3章 服务外包业务	32
3.1 信息技术外包(ITO)	32
3.2 业务流程外包(BPO)	36
3.3 知识流程外包(KPO)	40
第4章 客户关系外包与呼叫中心	45
4.1 客户关系管理与外包	45
4.2 呼叫中心基础知识	48
4.3 呼叫中心的建设与管理	51
4.4 电话服务礼仪与声音美化技巧	56
第5章 服务外包基础英语	64
5.1 词汇	64
5.2 英文人名分析	73
5.3 英文地址分析	88
5.4 服务外包英语实践应用	92
第6章 计算机应用基础	105
6.1 电脑基础知识	105
6.2 五笔汉字输入法	115
6.3 中文 Word	120
6.4 中文 Excel	148
6.5 互联网应用	162
第7章 公务文书写作基础	169
7.1 公文概述	169
7.2 机关公文	171
7.3 事务文书	178
7.4 经济文书	183
第8章 服务外包法律基础	193
8.1 合同法基本知识	193
8.2 大学生劳动就业与权益保护	201
8.3 大学生劳动就业协议与劳动合同	203
8.4 与大学毕业生劳动就业相关的劳动合同法法律释义	208

8.5 涉外服务外包经济法律知识	212
附录一	218
国务院关于加快发展服务业的若干意见	218
附录二	224
国务院办公厅关于加快发展服务业若干政策措施的实施意见	224
附录三	229
教育部、商务部关于加强服务外包人才培养促进高校毕业生就业工作的若干意见	229
附录四	232
黑龙江省人民政府关于促进服务外包产业发展的若干意见	232
附录五	236
黑龙江省教育厅关于加快黑龙江省服务外包产业人才培养培训的通知	236
参考资料	238

第1章 服务外包概述

【本章内容简介】本章主要介绍现代服务业的产生与发展、外包与服务外包的产生背景与发展趋势,同时对服务外包分类及分类方法分别进行了介绍。

【本章重点难点】重点掌握服务外包的定义、特点及服务外包的分类。

1.1 服务外包产生

1.1.1 现代服务业的发展

服务业是国民经济的重要组成部分,服务业的发展水平是衡量现代社会经济发达程度的重要标志。近年来,随着信息产业和网络技术的迅猛发展,新兴服务手段不断涌现,服务业正在从“传统服务业”逐步发展到“现代服务业”阶段。

世界主要工业化国家的进程一般经历以下几个阶段:首先是发展轻工业,然后发展重工业和重化工业,最后则是大力发展服务业。

1. 现代服务业的产生与发展

现代服务业相对于传统服务业而言,它伴随信息技术应用和信息产业发展而出现,是信息技术与服务产业相结合的产物。现代服务业主要有两种:

(1) 基于信息化产生的新兴服务业

即直接因信息产业和信息化发展而产生的新兴服务业形态,如计算机服务、移动通信服务、信息咨询服务等。

(2) 基于传统服务业改造的新兴服务业

即通过对信息技术的应用,从传统服务业改造过程衍生而来的服务业形态,如金融保险、现代物流、企业管理、房地产、广告会展、研发设计、旅游、电子商务等。

伴随经济全球化浪潮,在信息技术强力推动下,现代服务业获得迅猛发展,并将进一步发展,成为占 GDP 权重最高的产业形态。当前,一些发达国家已完成向现代服务业转型,逐步进入信息社会的初级阶段。

随着经济全球化快速发展,一些服务业逐渐从第一产业、第二产业中过滤出来,出现了专门为生产和市场服务的服务业。这类服务业作为与第一产业、第二产业的中间环节,行业间关联度紧密,服务业和某些制造业界线逐渐消融。发达国家的统计数据显示,为生产和市场服务的服务业发展速度最快。

2. 现代服务业概念与特征

(1) 现代服务业概念

服务业即第三产业,是那些不生产商品和货物的产业,主要有批发零售、商贸餐饮、公共交通、仓储运输、邮电信息、旅游酒店、金融会计、中介咨询、法律服务等行业。

现代服务业相对于批发零售、商贸餐饮、公共交通、仓储运输、邮电电讯、旅游酒店等传统服务业而言。现代服务业是指依托电子信息等高新技术或现代经营方式与组织形式发展起来的服务业。它既包括新兴服务业,如以互联网为基础的网络服务、移动通信、信息软件、现代物流等行业,也包括应用现代高新技术改造和升级的传统服务业,如电信服务、金融保险、中介咨

询、房地产、旅游酒店、广告会展等行业。

现代服务业是工业化发展到一定阶段的产物,是知识和技术相对密集的新型服务业态,是新时期的朝阳产业,其本质是实现服务业的现代化。

(2) 现代服务业特征

服务业具有四点特征:

①不可存性。无形产品生产与消费同时同地进行,是无法储存,而有形产品的“产、销、存”在时间和空间上是可分离的。

②无形性。教育、医疗、技能、劳务、咨询、中介、娱乐等形式的服务成果是看不见、摸不着的,而有形产品通常是看得见、可触摸的。

③耗能低。大多数服务行业对资源消耗和环境依赖较少。

④相互依存性。服务业并非可以脱离其他行业。服务业是与生产、市场服务的行业、与制造业、农业、其他行业发展相互依存,共同进步发展。

与传统服务业相比,现代服务业具有以下六点特征:

①现代服务业是发达工业化产物,产生于工业化发达阶段。

②现代服务业的高附加值性。具有高新技术密集、高知识含量、高附加值特点。

③现代服务业依托信息技术。现代服务业是依托信息技术和现代管理发展起来的服务产业。例如,传统零售业和沃尔玛比较,尽管都属零售业,但经营理念与模式完全不同。沃尔玛采用现代化经营模式,属现代服务业范畴。

④知识密集型。国外称之为“知识密集型服务业”“知识服务业”和“专业服务业”等。知识密集型服务业主要涵盖五个行业:即通讯和信息服务业、金融业、以物流为基础的包括零售批发在内的电子商务行业、教育行业和医疗保健行业。

⑤现代服务业占 GDP 比重大。美国 2000 年知识密集型服务业增加值是 31 700 亿美元,占 GDP33%;同期,美国服务业总产值占 GDP 的 70%;知识密集型服务业占整个服务业一半。除日本以外 OECD(Organization for Economic Cooperation and Development 是“经济合作发展组织”的英文缩写,亦可简称为“经合组织”)国家均如此。

⑥现代服务业是服务型产业结构。发达国家服务业产值约占 GDP 的 70%,制造业产值约占 20% 以上,农业及其他行业不到 10%。其中,占 GDP 总额 70% 的服务业中有 50% 属知识密集型服务业,该产业结构的形成是一个国家从工业型产业结构转变为服务型产业结构的重要标志。

3. 发展现代服务业意义

大力发展现代服务业不仅有利于提升制造业竞争力,有利于制造业增值,还有利于缓解当前“中国制造”引发的一系列难题。大力发展现代服务业对我国经济发展具有重要战略意义。

(1) 有助于推动第一产业、第二产业的发展

现代服务业的快速发展,与第一产业、第二产业的结合更加紧密,成为推动两大产业发展的重要推动力量。未来无论工业、农业产品还是组织形式都将从单一大规模生产向精细化和个性化转变,必然需要各类服务支持配套。同时信息技术在工、农业生产的普遍应用也会增加两大产业对相关服务的需求。这些都促使未来工业和农业进入“服务密集型”领域,呈“产业服务化”现象。即:一些工业、农业产品为提供某种服务而生产,不仅知识和技术服务随产品一同售出,服务还将引导和推进工、农业部门技术变革与产品创新。

(2) 有助于带动高新技术产业发展

以信息产业为主的高新技术产业是国民经济先导产业。现代服务业发展将极大地带动高新技术产业发展,其主要原因是现代服务业直接服务于高新技术产业。

①现代服务业是高科技产业发展的动因。高新技术产业发展需要大量专业化、高效率的服务给予支撑,现代服务业已成为高新技术产业快速发展不可或缺的因素。

②信息技术化是现代服务业的基础。服务业发展离不开先进技术应用,服务业现代化就是服务业的信息化过程。现代服务业的发展壮大将为高新技术产业发展提供广阔的市场空间。

③现代服务业推动高新技术产业创新。现代服务业发展使其对信息、生物、新材料等高新技术及其产品需求日益增长,必将促使高新技术产业不断创新,实现突破。

(3) 有助于信息技术推进传统服务业发展成为现代服务业

由于服务业特性决定其发展对于信息的依赖程度远远大于其他产业,所以信息技术在传统服务业的广泛应用,为服务业信息快捷、畅通地流动奠定了基础,有助于推动服务业信息化水平提高,促进服务业效率和效益增长,从而实现传统服务业的改造与升级。

(4) 有助于推进国际服务贸易发展

在未来服务贸易输出和输入的项目中,从依托产品服务为主向依托信息服务为主的转变趋势仍将继续,服务贸易科技含量和附加值日益提高。现代服务业已成为推动国际服务贸易发展的主力。对我国而言,有助于缓解“中国制造”引发的一系列矛盾。

1.1.2 服务外包产生及定义

1. 服务外包产生

早期的外包产生于19世纪初期。外包作为一种运营模式,只是当时并没有使用该专业术语。例如:很早以前英国政府就将街道照明、监狱管理、道路维护、税务征收等公共服务项目外包给私营部门;美国和澳大利亚纷纷将国家邮件快递服务外包给私营部门;法国私营企业通过竞标承包国家铁路网络等交通设施的建设和维修工程。

服务外包作为新兴产业的兴起源于20世纪80年代后期,从美国开始,迅速蔓延至日本、欧洲,已成为全球跨国企业普遍接受并极力推广的新型经营模式。

服务外包作为新技术兴起的标志是以IT为标志的新兴技术的兴起,带动了整个社会经济的迅速发展,整个社会经济处于重新整合的时期。

2. 服务外包兴起的必然性

服务外包在全球范围蓬勃兴起有其深刻的社会和经济原因,主要背景是:

(1) 行业成熟背景

即相关行业发展成熟的背景:

相关行业主要是指各种经济资源或承接企业组成的行业。随着相关行业日趋成熟,市场交易成本大大降低,行业内逐渐形成有序、健康的竞争格局。企业能够通过市场交易方式,实现资源有效的最佳配置。因此,服务外包市场规模相对于整个行业的规模比例越来越大。

(2) 知识经济背景

即以IT业为标志的高新技术迅速发展形成的全球知识经济背景:

经济全球化、知识化的迅速兴起带动整个社会经济重新整合,大规模入侵和改变人们已经习惯的生产、生活方式。要提高企业的反应速度,赢得时间上的竞争优势,就必须尽可能精简企业内部机构,压缩企业规模,确保企业经营顺利进行,不断提升企业核心竞争能力。外包战略能满足这一要求。

(3) 市场体制背景

即市场成熟和体制健全的背景:

市场成熟有利于交易稳定进行,成熟的市场格局和不断健全的管理体制可相对降低企业之间交易的不确定性;有利于提高企业间的交易效率,使实施外包战略的企业运营成本大为降低。

(4) 国际分工背景

即专业化国际分工加速发展的背景:

市场范围急剧扩张引发的企业间竞争日益国际化、高端化趋势,促使大量企业调整其经营范围,以便充分利用社会乃至国际分工带来的机遇。从战略角度考虑,企业结构调整的过程便是服务外包产生的过程。

3. 服务外包的定义

(1) 学术定义

服务外包是指企业将其非核心的业务外包出去,利用外部最优秀的专业化团队来承接其业务,从而使其专注核心业务,达到降低成本、提高效率、增强企业核心竞争力和对环境应变能力的一种管理模式。

(2) 官方定义

《中国服务外包发展报告》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完成的经济活动。

(3) 主要内容

《中国服务外包发展报告》认为,服务外包中涉及的服务性工作(包括业务和业务流程)可以通过计算机操作完成,并采用现代通讯手段进行支付。企业通过服务外包重组价值链,优化资源配置,减低成本,并增强企业核心竞争力。服务外包从软件开发和测试外包开始,逐步发展和成长起来。

(4) 世界著名咨询公司关于服务外包的定义:

美国 GARTNER 公司定义:GARTNER 按最终用户与 IT 服务提供商所使用的主要购买方法将 IT 服务市场分为离散式服务和外包(即服务外包)。服务外包又分为信息技术外包(ITO)和业务流程外包(BPO)。

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。在最低程度上看,外包将包括某些 IT 管理服务,ITO 则被进一步细分成数据中心、桌面、网络与企业应用外包等。

BPO 是“把一个或多个 IT 密集型业务流程委托给一家外部提供商,让他拥有管理和控制选定的流程。以上这些业务是基于已定义好和可测量的方法来执行的。”

IDC 公司定义:IDC 公司认为 IT 服务市场由三个子市场构成,即 IT 外包市场(ITO)、咨询及系统集成市场(C&SI),以及技术产品支持市场(TPS)。主要业务外包(BPO)市场包括采购、财务会计、培训人力资源、客户服务等业务流程外包服务。IT 外包(ITO)市场和主要业务外包(BPO)市场共同组成了服务外包市场。

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。

1.1.3 服务外包发展及特点

1. 服务外包发展阶段

(1) 在初级阶段,仅限于委托第三方实施某一指定的工作任务,包括应用开发、系统实施或集成及财务、人事等职能模块的处理等。涉及的 IT 资产仍归企业所有,企业 IT 团队下达具体的指令,供应商提供项目所需的技术和人员。

(2) 在习惯于外包工作任务之后,企业有望进一步尝试将明确界定的部分业务模块或流程外包,如桌面管理、网络运营等。至此,取决于企业的具体情况,IT 资产的所有权可能发生转移,企业 IT 团队的职责是整合并界定分散的流程,转交供应商长期打理。

(3) 外包的最高境界。企业大规模地外包甚至是转移全部的功能,实现基础设施整体的外包,从数据中心到桌面和网络,全部的 IT 资产在评估后转售给供应商,企业 IT 团队将彻底从繁重的日常工作中解放出来,得以专注于企业的业务和战略,需求方“不是简单地向供应商发出如何完成任务的指令,相反,其工作重点是与供应商沟通,阐述其花钱想要购买的结果。实现这些成果的工作则由供应商完成。”

2. 服务外包发展情况

随着经济全球化不断深化和现代服务业快速发展,服务外包无论从广度还是深度均呈现日新月异的迅猛态势。

(1) 业务总值高

数字显示:全球 20 世纪 80 年代起步时服务外包业总值仅为几亿美元,2001 年达 1 500 亿美元,2002 年增至 3 750 亿美元,2003 年达 4 050 亿美元,2005 年达 6 000 亿美元,2006 年达 8 600 亿美元,2007 年发展到 1.2 万亿美元,2008 年加速发展到 1.5 亿美元。

这些数据表明,服务外包的优势日益增加,正成为国际商务活动中的新浪潮。

(2) 服务领域宽

跨国公司不仅将本国处于劣势的制造业向外转移,而且正在将服务部门非核心业务外包给新兴市场经济国家,越来越多的国际公司不仅将数据输入、文件管理等低端服务剥离,而且还将风险管理、金融分析、新产品研发、建筑设计等科技含量高、附加值大的业务外包。

(3) 离岸项目多

跨越国界的离岸外包逐渐成为主要方式,今后 5 年美国白领岗位离岸外包将增加 30%,美国通用公司外包的 70% 采取离岸形式;IT 业关键领域的境外服务外包将增加 45%;半数以上欧美公司将把更多项目转向海外。

(4) 美欧发包大

从客户分布看:美国不仅是服务外包首发地,更是最大的客户,其业务额占全球 ITO 和 BPO 的 70%。欧洲和日本的外包业务额占全球 ITO 和 BPO 的近 30%。

(5) 承接国家广

爱尔兰、瑞典、加拿大等发达国家已成为承接欧洲和日本离岸外包的主要强国和地区。印度作为发展中国家已领先一步成为国际服务外包主要的承接国。中国、俄罗斯、巴西、罗马尼亚、菲律宾、越南等国家日益成为重要的新兴承接国。

(6) 发展潜力强

国际服务外包市场发展潜力巨大。全球产值居前 1 000 家的企业中,95% 的企业制定了服务外包战略。联合国贸发会估计,全球外包市场将以 30% ~ 40% 的年增长速度扩大。

总之,服务外包快速发展源于制造业,伴随服务业不断发展,企业间的服务外包开始扩张。也就是说,制造业与服务业发展为服务外包奠定基础,现代服务业的飞速发展为服务外包提供了强有力的支撑。

3. 服务外包特点

服务外包产业是以现代网络技术和高层次人才为支撑的新型产业,是现代高端服务业的重要组成部分。

(1) 信息技术承载度高

很大程度上依赖互联网和通信技术,绝大部分的服务外包合作双方都处于不同的地区,即通常所说的离岸外包,双方合作关系的确立及业务的进行必须依赖现代化的通信手段——互联网和通信技术。对于互联网和通信技术的过分依赖使得服务外包又具有了一种新的风险,即一旦通信网络出现问题,双方的业务马上就会被终止,不能继续下去。

(2) 与传统的制造业外包相比附加值大

来自 IBM 公司的调查数据显示,制造业来料加工的增值部分大约是总规模的 3%~6%,而服务外包的国内增值几乎是 100%。而从收益上看,同样金额的出口,服务外包对中国经济的贡献是来料加工的 20 倍以上。显而易见,服务外包的高附加值性,对于接包商来说,目标就是同样的投入获得更多的利益,而加入服务外包市场无疑是好的选择。

(3) 资源消耗低、环境污染少

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了很多,也没有废弃物的排放,是非常环保的产业。

(4) 吸纳就业能力强

据教育部数字显示:2009 年,我国普通高校毕业生总量达到 611 万的历史新高,比 2008 年增加了 52 万。目前毕业生就业压力空前严峻的情况下,他们较强的语言表达能力和数据操作能力其实已经具备了服务外包的从业素质,是吸引服务业外包订单的优势。因此,服务外包在解决就业压力方面也具有重要的作用。从而使其扩大劳动就业,促进社会稳定。

联合国调查报告预计,美、英两国在未来 10 年内将以外包方式在国外提供 500 万个职位。CITIGROUP/SO10MAN SMITH BARNEY 研究表明,中国 IT 专业人士年均工资最低为 6 766 美元、最高为 10 826 美元,平均为 8 796 美元。

(5) 国际化水平高

承接服务外包的服务提供商往往是某个领域的专家级接包商,对于接包的业务拥有更强的优势,更加专业化的技能,服务水平也更高。

1.1.4 服务外包发展趋势

1. 服务外包在世界的发展前景

随着社会分工不断深化和细化、市场竞争的日益加剧、技术创新及推广速度的加快,价值链的增值环节变得越来越多,结构也更加复杂。这使得企业不可能也没有必要从事所有的价值链活动,专注自己的核心业务也成了企业最重要的生存法则之一,因而服务外包成为越来越多企业采取的一项重要的商业措施。美国著名的管理学者杜洛克曾预言:“在 10 年~5 年之内,任何企业中仅做后台支持而不创造营业额的工作都应该外包出去。”“做你最擅长的(核心竞争力),其余的外包!”已经成为一种不可逆转的趋势。

北美一个外包服务商 TPI 的报告则表明,2006 年第一季度,全球大约签署了价值 230 亿美元的外包合同。值得关注的是,从购买市场来看,美国已经不再是主要购买力,买方市场正在

向其他区域转移,欧洲市场显现出了极强的购买力,而亚洲的购买力也正在增强。同时 IDC 的报告表明,外包服务在 2002 年的增长幅度超过 60%,达到 3.48 亿美元,这还是 IDC 在市场萎缩并极大地影响国内 IT 外包服务总体市场增长的前提下获得的;2002~2007 年这五年来,这一市场将以 47.8% 的复合年增率攀升,并在 2007 年达到 24.53 亿美元的规模。

尽管服务外包的发展尚处于初级阶段,但在可以预见的将来,服务外包将得到快速发展。联合国贸发会议 2004 年针对欧洲 500 强企业进行的调查发现,仅有 39% 的企业有过离岸商业服务外包的经历,这些企业已经创造离岸就业岗位 2 万个;另外有 44% 的企业计划在未来几年中外包部分业务。其他研究证实,服务外包正在被越来越多的国家所接受,更多的离岸服务正在进行当中。在苏格兰地区,离岸运营的呼叫中心数量在未来 5 年中将增长 1 倍;在英格兰地区,25% 的企业外包了部分服务,有 79% 的企业计划在 2 年内向海外发包服务业务。

服务外包的广度已经显示出不可逆转的势头,可能在各个行业 and 许多国家迅速蔓延。同样,在服务外包被认为主要是大企业的行业的时候,中小企业很快就会步大企业的后尘。事实上,一些小型跨国公司已经在从业务外包中寻找机会。企业所面临的日益强大的竞争压力,迫使企业家们寻求新的途径改善竞争力,促使服务外包进一步发展。所有这些,都代表着服务外包呈现出良好的商机和发展前景,同时,由于竞争的激烈及市场的不确定性,服务外包的进程也将变得更加艰辛。

2. 服务外包在中国的发展前景

虽然服务外包在中国发展也不过短短的几年,但其发展速度却很快。服务外包在中国的发展前景可以概括为以下几个方面:

首先,随着服务外包在世界范围的展开,中国的市场正在迅速地朝着规范、合理的方向发展,外包服务将逐渐地被越来越多的企业所接受。根据商务部公布的统计数据显示,截至 2009 年 5 月,中国就新增服务外包企业 1 057 家,承接服务外包合同签约金额 35.2 亿美元,同比增长 13.2%;合同执行金额 23 亿美元,同比增长 45%。无论是签约金额还是执行金额,国际服务外包均占 75% 以上。此外,中国企业承接业务范围逐步拓宽,已覆盖信息技术外包(ITO)与业务流程外包(BPO)的所有细分领域。

其次,基于 IT 的服务外包将会成为服务外包的主要增长方式。对中国的传统企业来说,在目前 IT 产业竞争十分激烈的背景下,IT 人才比较缺乏,走一两个人就会影响到计算机系统的正常运行,给企业的稳定性带来负面影响。因此,这些企业把这块非主流业务外包给专业化的 IT 外包服务商,就可以解决 IT 人才缺乏和不稳定给企业带来的困扰。如果所有的企业都把非主流、非重点领域的业务交给接包商,企业就可以把有限的财力和人力资源放在发展重点产品、业务和解决关键环节的问题上,企业在未来的竞争中才能获得优势。除了 IT 服务外包之外,中国在全球业务流程外包服务行业的重要性明显增大,越来越多的全球大型业务流程外包公司看准了中国市场低廉的人力成本及稳健的信息技术基础建设的竞争优势,在制定其全球业务流程策略时,纷纷将中国内地纳入计划,并作为战略中的重要部分,这些都为中国服务外包的发展提供了广阔的发展前景。

第三,中国具有庞大的国内市场,未来服务外包产业的服务对象将重点是国内市场。中国和印度最大的区别在于中国拥有巨大的服务外包国内市场。经过一个阶段的发展,商业环境、基础设施、市场规范及服务能力等方面都将大大提高,政府可结合信息化和政务公开,率先将事务性业务以整体采购的方式外包给本地有潜力但需要扶持的接包商,支持其发展壮大。同时,加大银行和资产管理、信用卡、抵押贷款流程、金融保险业、航空公司、电信、零售业等垂直

行业市场的开发力度,把企业业务流程中非核心的部分分离出来,培育国内的外包市场,加快中国服务外包产业的发展进程。

尽管服务外包在中国的起步比较晚,但是由于积极参加世界服务外包的行列中,中国的服务外包已经得到了初步发展,并展现出强劲的发展潜力。服务外包的初步发展已经为其在中国的蓬勃发展打下了坚实的基础,也为中国经济的提升提供了一个契机。

1.2 服务外包分类

外包已经以其不可阻挡之势渗透到各行各业,其多样性和复杂性也正反映了它的优势。服务外包作为外包最新的发展方向,所涵盖的业务更加多样,地区的覆盖面更加广泛,全球的服务外包类型的划分也更加复杂。基于市场的进行性、复杂性和企业经营的多样性,外包有很多种分类标准及相应类别。按照外包的业务领域不同,可分为制造业外包和服务外包。服务外包按照不同的分类标准,服务外包又可以分为不同类别。

1.2.1 按照服务内容分类

按照服务内容来分,服务外包主要可以分为信息技术外包、业务流程外包、知识流程外包。

1. 业务流程外包

业务流程外包(Business Process Outsourcing, 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,包括企业内部管理服务、企业业务运作服务和供应链管理服务等。

企业内部管理服务:为客户企业提供企业各类内部管理服务,包括后勤服务、人力资源服务、工资福利服务、会计服务、财务中心、数据中心及其他内部管理服务。

企业业务运作服务:为客户企业提供技术研发服务、销售及批发服务、产品售后服务(售后电话指导、维修服务)及其他业务流程环节的服务。

供应链管理服务:为客户企业提供采购、运输、仓库/库存整体方案服务等。

2. 信息技术外包

信息技术外包(Information Technology Outsourcing, ITO)是指企业专注于自己的核心业务,而将其IT系统的全部或部分外包给专业的信息技术服务公司,具体包括系统操作服务、系统应用服务和基础技术服务。

系统操作服务:银行数据、信用卡数据、各类保险数据、保险理赔数据、医疗/体检数据、税务数据、法律数据(包括信息)的处理及整合。

系统应用服务:信息工程及流程设计、管理信息系统服务、远程维护等。

基础技术服务:承接技术研发、软件开发设计、基础技术或基础管理平台整合或管理整合等。

服务外包分为信息技术外包服务(ITO)和业务流程外包服务(BPO),它们都是基于IT技术的服务外包,ITO强调技术,更多涉及成本和服务,BPO更强调业务流程,解决的是有关业务的效果和运营的效益问题。BPO往往涉及若干业务准则并常常要接触客户,因此意义和影响更重大。

不仅IT行业需BPO,而且BPO的每项业务都离不开IT业务的支持,从而产生IT外包机会。BPO更像一种商业伙伴关系,更注重业务的效果。

3. 知识流程外包

知识流程外包(Knowledge Process Outsourcing, KPO)是服务外包的高端部分, KPO 是围绕对业务诀窍的需求建立起来的服务外包业务。主要指, 外包承接商把利用全球数据库及监管机构等信息资源获取的信息, 经过即时、综合的分析研究, 最终将报告呈现给客户, 作为客户决策参考借鉴的一种业务外包活动。KPO 的业务流程可以简单归纳为: 获取数据—进行研究、加工—销售给咨询公司、研究公司或终端客户。

1.2.2 按照服务提供商的地理位置状况分类

根据服务外包承接商的地理分布状况, 服务外包分为三种类型: 离岸服务外包、近岸服务外包和境内服务外包。

1. 离岸服务外包

离岸服务外包是指发包方与为其提供服务的承接方来自不同国家, 外包工作跨境完成。即使同一跨国公司在不同国家和地区的分支机构, 也被视为离岸服务外包。以往离岸服务外包中被外包的业务流程仅仅是劳动密集型及重复型的, 如数据录入、采购委托、销售代理等。随着市场不断成熟及服务承接方业务流程和商业知识技能的愈发专业化, 开始了更为复杂的从头到尾整个流程的离岸服务外包。离岸服务外包业务主要有 IT、客户关系、运营服务。

离岸服务外包经历三个发展阶段:

第一阶段: 该阶段发生在 1980 ~ 1990 年。美国为领头羊, 英国紧随其后。企业最初进行服务外包的目的是为了寻求降低成本。第一阶段的服务外包管理与发展受限于工具与带宽。

第二阶段: 服务外包发展波及西欧, 涉及国家之间的协议, 呼叫中心的兴起与发展, WTO 世界贸易组织规定的转变, 允许 ITO/BPO 于制造业、商品流通的增加等。

第三阶段: 服务外包发展在欧洲市场上得到延伸, 涉及波兰、捷克、匈牙利等国家。欧洲的统一税制开始施行于爱尔兰、斯洛文尼亚等国, 后增加保加利亚和罗马尼亚, 直接导致了印度、中国及其他离岸外包国家改善政策环境, 改善带宽等吸引服务外包的基础设施环境。

从未来发展趋势看, 离岸服务外包将逐渐成为服务外包主要形式。很多大型跨国公司都在推广服务离岸模式。2004 ~ 2007 年, 美国有 40 多万个白领服务业工作岗位转移至海外, 美国通用公司提出其外包业务的 70% 将采取离岸形式。

2. 近岸外包

近岸外包是指发包方和承接方来自于邻近国家, 近岸国家很可能会讲同样的语言, 在文化方面比较类似, 并且通常提供了某程度的成本优势。

3. 境内外包

境内外包指发包方与为其提供服务的承接方来自同一个国家, 外包工作在境内完成。

1.2.3 按照外包主体性质来分类

按照外包主体性质来分, 服务外包可以分为接包方和发包方。

1. 接包方

就是外包供应商, 来自劳动力成本较低的国家和地区。世界主要的服务外包承接国有 7 个, 即欧洲的爱尔兰、捷克和亚洲的中国、印度、菲律宾、马来西亚和新加坡。

外包对接包方的利益主要是: 由于承包方往往比发包方在完成外包业务能力方面更加专业化, 拥有发包方需要的更具效率、更为低廉的专业技术和经验, 因而能够通过承接外包业务, 实现其自身的经营服务专业化, 扩大经营规模, 获取经济利益。

2. 发包方

就是发包商,一般来自劳动力成本较高的国家和地区,如美国、西欧、日本。

对发包方的利益主要是:

(1)降低运营成本,提高经济效益

公司业务划分为核心和非核心业务。

①非核心业务弱点。非核心业务包括财务管理、薪酬管理、人力资源管理、物流运输管理、计算机软硬件系统开发与测试、经营数据录入、客户服务(呼叫中心)、后勤供应服务等。这些辅助业务不仅耗费企业人力、物力和财力等有限资源,且投资收益低。

②外包的效益。发包方将辅助性业务外包,可避免在研发、设备、知识技术、人力资源及市场营销、客户管理等巨额资金投入,降低营运成本,提高经营效益。

③成功案例。发达国家跨国公司颇受裨益。

案例1:德国大众的波兰发动机厂,1999~2003年,通过将化学品管理外包给专业供应商节约成本达52.5万欧元。

案例2:上海通用汽车(SGM)通过将库存和设备投资业务外包给外部供应商负责,仅2000年累计节约成本超过1亿元人民币,减少人员700多名,同时节省大量人员培训、IT系统开发、信息收集等方面的投资。

案例3:美国第三大汽车商戴姆勒-克莱斯勒为了在法国生产“智能小汽车”,将供应商关系管理外包给埃森哲,不仅实现新产品异地扩张,还使经营成本降低30%。

(2)克服内部资源约束,开发利用外部资源

①解决资源紧缺。企业内部的有序管理、业务的持续拓展、市场的深度开发都需投人才、资金、技术等生产要素。如果企业内部缺乏完成某个项目需要的资源,则可通过外包完成。

②澳洲银行将IT外包。澳大利亚信用银行1997年就与HP(美国惠普公司)签订一份期限5年、金额1600万美元的外包合同,由HP负责管理维护银行IT系统,帮助银行开拓新型业务——网络银行、电子银行、个人银行业务和商务银行业务等,以充分利用外部资源。

③美国银行卡外包给网络公司。美国有68%信用卡业务通过非商业银行机构管理运行。因为银行在IT建设与管理维护等方面人才短缺,可利用的其他资源有限,将此类工作交给网络公司运作更有利。

④数据分析外包给科研机构。对知识含量较高的数据分析,由于企业缺乏专业人才与技能,则将该类型业务外包给具备专业优势的高校或科研机构。这样,既能保障数据分析的高度时效性,又可保证分析结果的可信度和精确性。

(3)分散风险,增强抗风险能力

伴随经济全球化、信息化进程加剧和技术更新突飞猛进,企业面临的外部环境呈极强的不确定性,加之企业内部经营活动复杂,便导致企业在继续保持非核心业务的专项资产方面存在巨大风险。

①外包摆脱负担拖累。通过外包,企业可突破自给自足的生产、经营和管理模式,摆脱“大而全”冗繁的组织结构拖累,大幅度降低科技研发、软件设备、人员管理、产品营销、客户管理等方面的投入,降低非核心业务的资产占有量。

②外包使双方共担风险。由于与外包承接方共担风险,可有效增强企业抗御外部冲击的能力。

③成功案例。资产逾百亿美元的戴尔公司电脑销量稳居世界前茅,其成功与大力度实施外包密切相关。为顺应电脑技术迅速变化趋势,降低电脑产品市场风险、准确把握产品需求预