



Українська асоціація
директ маркетингу
Ukrainian direct marketing
association

СІМ КОМПАНІЙ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ 70% ОБСЯГУ РИНКУ АУТСОРСИНГОВИХ КОНТАКТ-ЦЕНТРІВ

АННА ЗІНЧУК,
керівник кол-центру і маркетингової секції УАДМ

Українська Асоціація Директ-Маркетингу (УАДМ) і Клуб керівників кол-центрів HotSkill завершили піврічне дослідження ринку аутсорсингових контакт-центрів України. Дослідження такого роду проводиться в Україні вперше. Незважаючи на всю закритість компаній і складність в одержанні інформації, розроблена методика дозволила не тільки глибше зрозуміти процеси, які відбуваються в

галузі, а й дізнатись галузеві фінансові показники.

Ринок аутсорсингових контакт-центрів (АКЦ) України молодий. Першій компанії, що з'явилась на цьому ринку, лише п'ятнадцять років. Однак темпи розвитку галузі вражають - галузь активна, щоденно з'являється все більше і більше робочих місць, відкриваються нові АКЦ, а ті, що існують, створюють майданчики у регіонах, розши-

рюється кількість підприємств, які користуються послугами АКЦ. Проте варто наголосити, що за всієї активності ринок закритий - буквально одиниці компаній готові підняти завісу діяльності. Клієнти, кількість робочих місць і операторів, а часом і фактичне місце розташування є "комерційною таємницею". Однак завдяки збору інформації з різних джерел, а також аналізу багатьох непря-мих показників, оцінити обсяги все



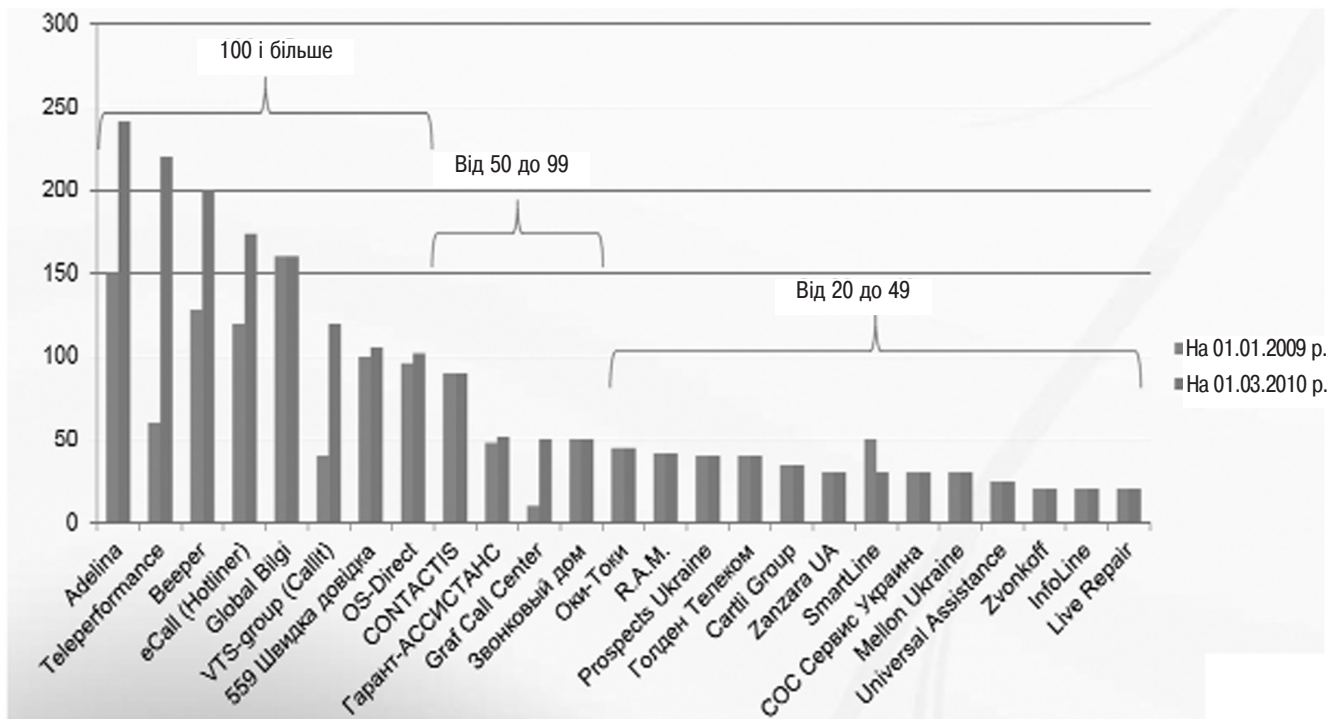


Рис. 2. Рейтинг АКЦ за кількістю робочих місць

ж таки вдалось. Дослідження такого роду є першим і тривало практично півроку.

"За цей час ми опрацювали методику збору й аналізу інформації з метою проведення подальших оцінок обсягу ринку. Для оцінки важливим є зіставлення багатьох непрямих показників, що в результаті дає можливість перевірити достовірність здобутих даних. У ході розгляду ми орієнтувались на відповіді керівників компаній, публікації у ЗМІ, аналіз вторинних джерел. Результат, природно, містить похибки, але у нас вже є ідеї, як покращити подальші дослідження цієї галузі", - стверджує Валентин Калашник, президент Української Асоціації Директ-Маркетингу (УАДМ).

На даний час більшість майданчиків АКЦ розташовані в Центральній частині і на Заході України. Важливо зазначити, що деякі АКЦ мають по кілька майданчиків: так, у Києві зосереджено 30, і в регіонах - 25 майданчиків (рис. 1).

Частка обробки вхідних проектів значно перевищує частку проектів за вихідними, співвідношення становить 86% - вхідні і 14% - вихідні

проекти. Це пов'язано з великою кількістю наявності "гарячих ліній", підтримки і консультативних ліній тощо. У ході дослідження всі АКЦ були розподілені на три групи. В основу поділу покладено кількість робочих місць операторів АКЦ: перша група - від 100 і більше операторських місць, друга - від 50 до 99, третя - від 1 до 49 відповідно (рис. 2).

На графіку представлено порівняльну характеристику показників за два роки: станом на 01.01.2009 і 01.03.2010. Варто наголосити, що, незважаючи на кризовий період, помітна тенденція до зростання кількості робочих операторських місць практично по всій галузі, особливо у великих гравців. На теперішній час у АКЦ нараховується понад 2 тис. робочих місць операторів, при цьому на одному і тому ж місці працює від 1 до 3 особи (FTI) залежно від графіка роботи АКЦ.

Найбільш активно послугами АКЦ користуються такі сфери, як фінансова (11,5%), маркетингові і рекламні агентства (9,7%), телекомунікаційна (8%), автомобільний бізнес (6,2%). Важливо зазначити, що маркетингові і рекламні агент-

ства, за суттю, є посередниками і перепродують послуги АКЦ, що збільшує загальну частку підприємств і сфер, які користуються послугами АКЦ.

Щодо платформ, яким віддають перевагу українські АКЦ, то тут простежується напрям, що лідерами є виробники світових платформ: Avaya (20%), Cisco (16%), Asterisk (16%). Також важливо наголосити, що багато АКЦ користуються власними розробками - за нашими оцінками, це 20%. Іншими словами, фактично АКЦ купує "основу" і далі технічні фахівці доопрацьовують придбані рішення, що дозволяє оптимізувати витрати на обслуговування платформ.

Що стосується операторів зв'язку, які надають канали зв'язку і номерну місткість, то лідерами залишаються Укртелеком, GoldenTelecom, Київстар, DataGroup.

За оцінкою УАДМ, обсяг українського ринку АКЦ за підсумками 2009 р. становить 25,3 млн дол. США. Лідруючі позиції займають сім компаній - Teleperformance, Adelina, Global Bilgi, Beeper, eCall, OS-Direct, Contactis, які забезпечують 68,6% обсягів ринку згідно з ва-

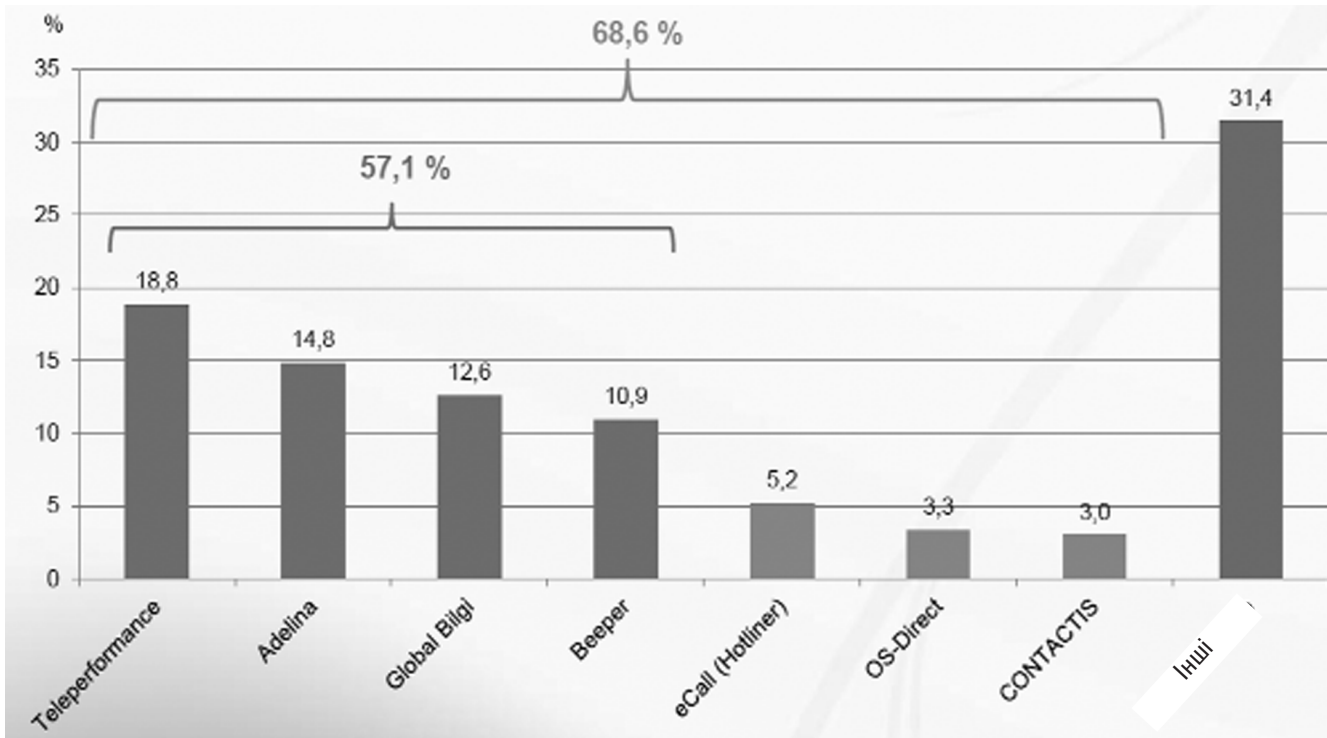


Рис. 3. Рейтинг АКЦ за підсумками 2009 р. за валовим доходом від реалізації послуг

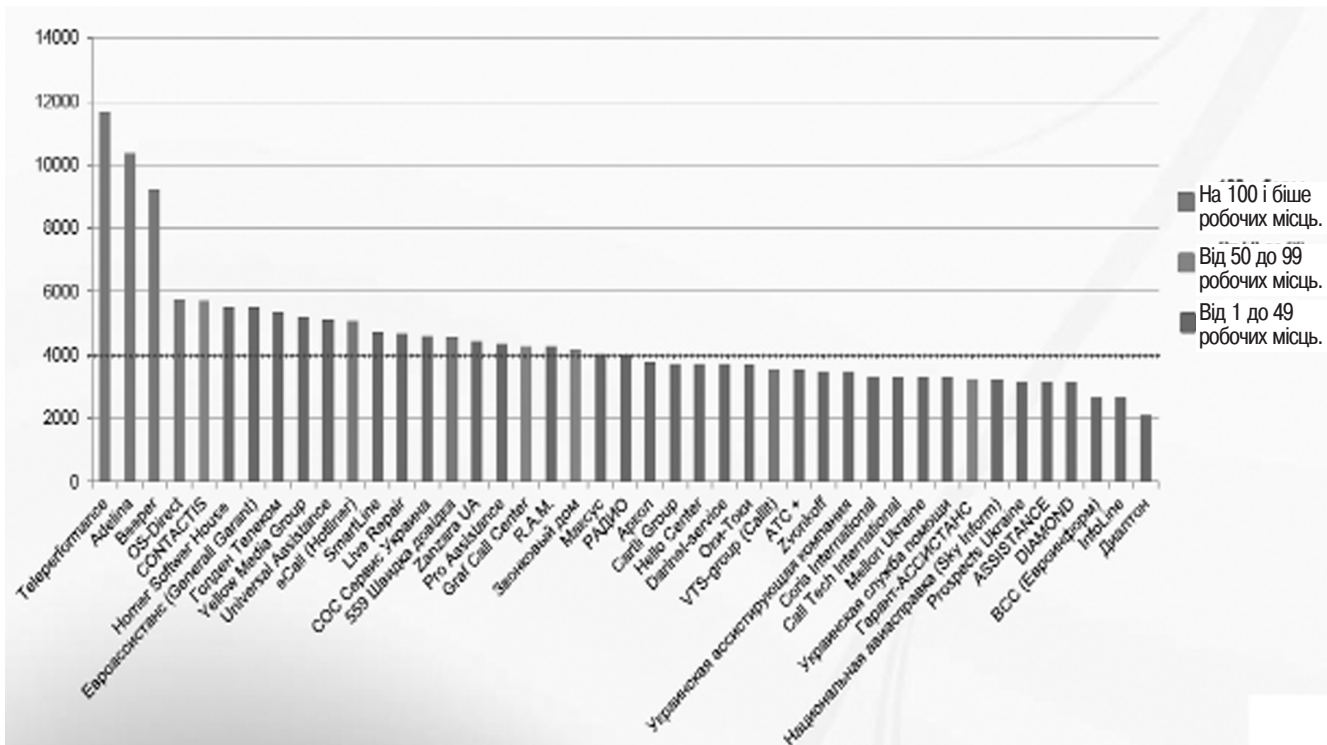


Рис. 4. Рейтинг АКЦ за прибутком на 1 операторське місце

ловим доходом від реалізації послуг. Решта 31,4% обсягу ринку загалом надають 35 компаній (рис. 3).

Одним із ключових бізнес-параметрів діяльності АКЦ є дохід на 1 робоче операторське місце. Інтенсивність і завантаженість місць безпосередньо співвідносяться з прибутком, який одержує АКЦ. Ми підраховали середній дохід, який припадає на 1 робоче місце в українських АКЦ. На графіку показано не прибуток АКЦ, а правильність побудови бізнес-процесів у компанії в цілому (рис. 4). Компаніям, які перебувають нижче червоної лінії, слід замислитись над тим, чи не працюють вони у збиток і чи доцільно вести власний бізнес з надання послуг аутсорсингу.

Що стосується трендів і розвитку ринку, то варто виділити як позитивні, так і негативні фактори.

Позитивними, безумовно, є нижча вартість трудових ресурсів в Ук-

раїні порівняно з іншими країнами, також зростання рівня загальної довіри до аутсорсингу, підвищення попиту на послуги АКЦ. Однак разом з цим негативні фактори переважають - політична і економічна нестабільність, відсутність узгоджених дій між АКЦ, брак досвіду з аутсорсингу у замовників, відсутність єдиних стандартів і сертифікації. Але в будь-якому разі існує надія, що під впливом драйверів розвитку (пожвавлення банківської сфери, затребуваність колекторських послуг, збільшення попиту на послуги АКЦ та ін.) позитивних факторів поступово ставатиме більше.

Дослідження ініціювали та здійснили

Експертний Совет по вопросам деятельности колл-центров при Украинской Ассоциации Директ Маркетинга (Разработка анкеты для оп-

роса) Горелая Лилия, OS-Direct, Зинковецкий Андрей, Teleperformance, Измайлова Наталья, Укрсиббанк, Калашник Валентин, OS-Direct, Калинина Наталья, DHL, Левченко Елена, Веерет, Любивый Денис, Contactis, Несведов Юрий, МТС, Семенец Ирина, Кредитпромбанк, Сенченко Владимир, Провидна, Стреканова Елена, Альфа-Банк, Тарасов Александр, Zanzara.ua, Шалыга Татьяна, Сведбанк

Дякуємо всім, хто взяв участь у дослідженні, надав свої дані і експертну думку. Вже на початку 2011 р. ми плануємо провести аналогічне дослідження за підсумками діяльності АКЦ у 2010 р. Запрошуємо колег до співпраці!

З повною версією звіту можна ознайомитись за посиланням: УАДМ_HS_Исследование рынка АКЦ Украины.pdf

ПЕРША ШКОЛА МОДЕРАТОРІВ У КИЄВІ

На початку жовтня 2010 р. у Києві почала постійну роботу Школа модераторів, організована компанією UMG International під егідою Української Асоціації Маркетингу, КНЕУ і факультету соціології Національного університету імені Тараса Шевченка. Основна мета школи – надати студентам профільних факультетів вищих закладів освіти і молодим дослідникам практичні знання з організації і проведення якісних досліджень.

Під час занять студенти не лише відвідують майстер-класи з якісних методів досліджень, лекції з маркетингу і різних методик аналізу, але й самостійно організовують і проводять одне фокус-групове інтерв'ю, навчаються грамотно складати звіт за результатами дослідження. Це дає можливість на практиці перевірити здобуті під час навчання знання.

Викладають студентам кращі фахівці українського ринку якісних досліджень – **Юлія Слесаренко** (генеральний директор компанії Q&Q Research), **Станіслав Чиглінець** (генеральний директор компанії МАСМІ Україна), **Ірина Чудовська** (провідний тренер Української Асоціації Маркетингу з якісних досліджень), **Артур Герасимов** (генеральний директор холдингу UMG – Українська Маркетингова Група). І основна цінність цих занять – максимальна наближеність одержуваного матеріалу до реалій майбутньої фахової діяльності студентів.

Уже в грудні 2010 р. студенти першого набору, які успішно склали іспити, одержали Кваліфікаційний сертифікат УАМ. І на другий день після іспиту значна частина слухачів школи отримали запрошення на роботу в провідні дослідницькі компанії України.

Друга Школа модераторів почне свою роботу 23 лютого 2011 р. До школи студентів зараховують лише після проходження тестування, яке відбудеться 15-17 лютого 2011 року за адресою вул. Червоноармійська 72, бізнес-центр «Олімпійський», 3-й під'їзд, 4-й поверх, UMG International (метро «Республіканський стадіон»).

Для запису на тестування необхідно надіслати лист-запит на адресу електронної пошти: uma@kneu.kiev.ua, або umaukr@mail.ru. У темі листа вказати вказати: «**Регістрація на тестування до школи модераторів**». Безпосередньо у тексті листа зазначають такі відомості: прізвище, ім'я, по батькові, вищий заклад освіти з роком навчання, контактну інформацію (телефон і адресу електронної пошти).