

ВВЕДЕНИЕ

Российский рынок центров обслуживания вызовов (ЦОВ) возник более 15 лет назад как быстро растущий сегмент отрасли информационных и телекоммуникационных технологий. Ресурсы ЦОВ используются для организации:

- бесплатных служб экстренной помощи в чрезвычайных ситуациях;
- различного вида и назначения платных и бесплатных справочно-информационных, заказных служб, а также службы для предоставления информации о новых товарах и услугах, заказа билетов на все виды транспорта, на выставки, культурные мероприятия;
- различного вида платных и бесплатных автоинформационных служб на базе входящих в состав ЦОВ электронных цифровых автоинформаторов и синтезаторов речи с выдачей информационных сообщений длительностью до 256 секунд (службы «Время», «Погода», «Информация ГИБДД»).

В России действует Национальная ассоциация контактных центров, проводящая анализ работы ЦОВ. По ряду признаков намечилось завершение этапа начального внедрения и перехода к новому периоду, связанному с качественными изменениями самих центров обслуживания вызовов и структуры рынка ЦОВ в целом. Если пять или десять лет назад основные сообщения из этой сферы деятельности были о создании новых ЦОВ, то последнее время все чаще речь идет о рациональном и эффективном использовании ресурсов имеющихся ЦОВ.

Настоящее учебно-методическое пособие содержит информацию, использование которой будет способствовать формированию у студентов следующих компетенций:

- **ПК-1** — готовности содействия внедрению перспективных технологий и стандартов;
- **ПК-7** — готовности к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта по тематике создания и эффективного использования центров обслуживания вызовов;
- **ПК-9** — умению проводить расчеты по проектированию центров обслуживания вызовов с использованием методов, приемов и компьютерных средств проектирования.

СОСТОЯНИЕ РЫНКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦОВ

Первый в Российской Федерации call-центр был создан в 1997 году компанией «МТУ-Информ», но его функции были ограничены. Он работал в режимах автоинформатора (справочные службы) и автомата для телеголосования. Первый в России полнофункциональный Интернет-ЦОВ введен в коммерческую эксплуатацию Санкт-Петербургской информационной компанией 5 апреля 2001 года. Он был рассчитан на предоставление услуг:

- частным лицам (телефоны и адреса предприятий и организаций, пассажирские перевозки, состояние финансового рынка, рестораны и клубы);
- корпоративным клиентам — предоставление ресурсов компании (операторов, оборудования или технологии) на весь рабочий день или на его часть.

Региональная структура размещения операторских центров крайне неравномерна. Первоначально контакт-центры начали возникать в крупных городах Российской Федерации, потом по мере продвижения по стране предоставления тех или иных услуг, стали перемещаться в регионы. Несколько лет назад наметился дополнительный отток контакт-центров компаний федерального уровня из столицы и мегаполисов в провинцию. Это связано главным образом с дефицитом трудовых ресурсов в Москве и Санкт-Петербурге и определенной их избыточностью в ряде регионов страны, а также с более низкой стоимостью рабочей силы в малых городах и возможностью создания распределенных контакт-центров. На данный момент, в России созданы самые различные по масштабам персонала контакт-центры от небольших предприятий на несколько агентов до крупных распределенных по всей стране компаний.

Рассмотрим структуру рынка ЦОВ в России, за основу возьмем результаты исследования, проведенного Национальной ассоциацией контактных центров (НАКЦ) России, совместно с Сообществом Call Center Guru и компанией Teleopti AB (Швеция).

Рынок использования решений контакт-центров условно делится на две основных категории: предоставление аутсорсинговых услуг обработки вызовов (аутсорсинг, *outsourcing*) и организация корпоративных центров обработки вызовов (*inhouse*) в различных отраслях экономики. В последние несколько лет в России также наблюдается интерес к применению хостируемых контакт-центров по модели SaaS (аренда программного обеспечения).

В рассматриваемом исследовании проведен анализ использования контакт-центров в различных отраслях отечественной экономики. Распределение основано на данных о деятельности 611 контакт-центров на территории России, оборудованных 37 413 рабочими местами операторов.

Диаграмма распределения количества контакт-центров по различным отраслям экономики Российской Федерации выглядит так: справочные службы занимают 9 %; телекоммуникационные структуры — 14 %; транспорт — 8 %; финансовый сектор — 17 %; производство — 4 %; органы власти и медицина — по 2 %; в режиме аутсорсинга — 19 %; розница представлена 13 %; другое — 8 %.

Лидирующее место по количеству контакт-центров в экономике занимает предоставление аутсорсинговых услуг (19 % от общего числа контакт-центров), а телекоммуникационная отрасль лидирует по количеству инсталлированных рабочих мест (39 % от общего числа рабочих мест в контакт-центрах).

Распределение проектов контакт-центров между отечественными и зарубежными поставщиками выглядит так: на долю зарубежных поставщиков приходится 34 % от общего количества инсталлированных рабочих мест.

Средний размер контакт-центров, использующих отечественные решения, составляет 15 рабочих мест. Размер среднестатистического контакт-центра — 61 рабочее место. На крупные операторские центры с численностью штата более 500 сотрудников приходится 2 %.

Отечественные решения заняты нишу создания небольших контакт-центров, а зарубежные доминируют в крупных проектах.

В последнее время развитие крупных ЦОВ резко ускорилось. Они развертываются в различных городах России. Например, контакт-центр «Российских железных дорог» по структуре представляет собой единую логическую систему, территориально расположенную в трех городах — в Москве, Ростове-на-Дону и Челябинске. На трех современных площадках центра запланировано оснащение 950 рабочих мест для 2500 профессиональных операторов.