

# Tempo wzrostu call centers w Polsce

**Szacowanie wielkości rynku call center w Polsce przypomina aukcję. Prowadzący zaczyna: "Liczba stanowisk w call centers w Polsce. Zaczynamy od 40 000 stanowisk. Kto da więcej? Pan w trzecim rządzie daje 50 000 stanowisk w usługowych i wewnętrznych call centers. Pani w szarym kostiumie podbija do 75 000. Kto da więcej? 75 000 po raz pierwszy. 75 000 po raz drugi. Dobrze, pan w czerwonym krawacie podnosi do 150 000."**

W 2001 roku miało być w Polsce ponad 100 call centers (według ITTI), niewiele ponad 200 (Instytut Rynku Elektronicznego), ponad 400 (Datamonitor) lub około 500 (Grupa robocza ds. telemarketingu Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego). [1]

Żaden z autorów nie podaje, na jakiej podstawie dokonywał swoich szacunków. Mimo upływu czasu rozbieżności w informacjach o wielkości rynku call center trwają ....

## Czy warto spierać się o liczbę call centers i o liczbę stanowisk w call centers?

Czemu sprawa liczby call centers jest ważna? A choćby tylko z tego powodu, że niezauważalnie wyrosło nam całkiem liczne grono osób, które część swojego życia zawodowego poświęca na obsługę kontaktów telefonicznych swoich pracodawców.

Osoby te są częścią odbywającej się od kilkunastu lat w naszym kraju rewolucji rynkowej. To dzięki nim przez telefon zamawiamy towary i usługi, dokonujemy operacji bankowych, składamy reklamacje. To dzięki nim firmy badawcze uzyskują błyskawicznie nasze opinie. To dzięki nim nie musimy wystawać w kolejkach. To dzięki nim nauczyciel z małego miasteczka ma tak samo blisko do wydawcy podręcznika jak nauczyciel z miasta, mieszkający kilka ulic od wydawnictwa. Tak samo blisko, czyli na wyciągnięcie ręki.

Za każdy błąd telemarketera płaci klient lub firma zatrudniająca go. W ciągu 3-5 minutowej rozmowy nie ma zbyt wiele czasu na zastanawianie się. Telemarketer może być do niej przygotowany lub nie. Informacja udzielona przez telemarketera może być prawdziwa albo nie. A telemarketer jest dla rozmówcy firmą. Klient-rozmówca, po otrzymaniu informacji, ma powody do przekonania, że to nie Joanna Krabik albo Leszek Janczarek udzielili odpowiedzi, ale że "firma tak twierdzi".

Telemarketer może wiedzieć, jak zachować się w przypadku emocjonalnie pobudzonego klienta, albo nie. Może wiedzieć i potrafić wiedzę tę zastosować lub tylko wiedzieć. Może szukać winnego albo szukać rozwiązania. Jeżeli rozmowę taką poprowadzi według "reguł sztuki", najprawdopodobniej pomoże firmie utrzymać klienta. Jeśli nie wie lub nie potrafi tego zrobić, zniechęci klienta do firmy. W krótkiej rozmowie telefonicznej zwykle nie ma czasu na korekty popełnionych błędów.

Im więcej osób pracuje w call centers (w charakterze konsultantów, superwizorów, szefów wzmian i szefów działów), tym większe konsekwencje

100, 200,  
400, 500...  
Kto da  
więcej?

dla nas wszystkich, czyli zarówno pracodawców, jak i klientów. A już dziś w call centers pracuje wiele tysięcy osób, obsługując miliony klientów.

Liczba call centers jest także ważna z punktu widzenia wiedzy o tym, co można, a czego nie można osiągnąć przez telefon. Im więcej firm ma choćby 3-4 osobowy dział kontaktów telefonicznych z klientami, tym ta wiedza bardziej powszechna.

No, i - oczywiście - liczba call centers ważna jest dla producentów technologii w nich używanej: systemów call center, IVR-ów, ACD, rejestratorów, specjalistycznego oprogramowania, choć możliwość sprzedaży powstaje zwykle dopiero, gdy call center osiąga odpowiednią wielość.

Liczba stanowisk – z kolei – ma szczególne znaczenie dla tych dostawców, którzy rozliczają się w oparciu o liczbę licencji.

## Spis z natury, czyli inwentaryzacja

Inwentaryzacja jako metoda badawcza polega na kontakcie mailowym lub telefonicznym (a na ogół jednym i drugim) z przedstawicielami call centers, którym zadaje się pytania o liczbę stanowisk na koniec kolejnych lat.

Zanim pytania o wielkość posiadanego call center zostały zadane, wyjaśnialiśmy rozmówcom, co rozumiemy przez call center. Dają się bowiem słyszeć opinie: "To co do tej pory robiliśmy, to telemarketing. Teraz chcemy stworzyć call center" (szef hurtowni farmaceutycznej, która od 9 lat ma ponad 30 stanowisk w 3 lokalizacjach) lub "Nie mamy call center i nie mamy zamiaru czegoś takiego tworzyć" (dyrektor 15-osobowego telefonicznego biura obsługi klienta instytucji finansowej), "Nie mamy call center, ale są plany zbudowania" (szef 12-osobowego service desk). "Nasz instytut wykonuje badania rynku między innymi za pomocą wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo, nie prowadzimy zatem działalności typowej dla call center" (manager PR jednej z firm badawczych, mającej duże studio CATI).

Aby nie było nieporozumień, w czasie ustalania liczby stanowisk w call centers i contact centers, informowaliśmy, że są nimi dla nas działy telefonicznych kontaktów z klientami, niezależnie od tego, jakiego określenia się wobec nich używa (infolinia, help desk, IT help desk, service desk, IT service desk, dział reklamacji (telefonicznych), dział windykacji (telefonicznych), agent transferowy, Biuro Obsługi Klienta, Centrum Obsługi Klienta, Zespół Obsługi Inwestorów, dział telesales, dział telemarketingu, Serwis Konsumentcki, usługowe call center, outsourcingowe contact center), centrum alarmowe, czy studio CATI. Że call center, to grupa osób, które intensywnie kontaktują się z klientami wewnętrznymi i zewnętrznymi za pośrednictwem telefonu, niezależnie od tego, co jest tematem rozmów.

Uzyskane mailowo lub w czasie rozmowy dane były porównywane z innymi źródłami, aby wyeliminować błędy i przekłamania w uzyskanych informacjach.

**Spis z natury wydaje się być najbardziej bezpośrednim sposobem ustalania tego, jak przebiegają zmiany na rynku call centers. Nie korzysta z szacunków, nie pyta, co kto sobie wyobraża, ale ustala twarde, możliwe do zweryfikowania dane.**

call center,  
centrum alarmowe,  
centrum telefonicznej  
obsługi klienta,  
contact center,  
dział telemarketingu,  
dział telesales,  
help desk,  
infolinia,  
IT help desk,  
service desk,  
serwis konsumentcki,  
studio CATI

# Wstępne wyniki

W pierwszej fazie badania, czyli na przełomie 2005 i 2006 roku zebrane zostały dane dotyczące 113 call centers. W fazie drugiej, czyli na przełomie 2007 i 2008 roku - 82 call centers. Dane te nie pozwalają więc na jakiegokolwiek szacowanie liczby call centers lub liczby stanowisk. Pozwalają jednak na wstępne podanie do publicznej wiadomości tempa przyrostu stanowisk. Liczba call centers, o których zebrane zostały informacje, powoduje że dane dotyczące tempa wzrostu stały się stabilne. Dodawanie kolejnych danych jedynie w nieznacznym stopniu zmienia wskaźnik tempa wzrostu.

Wyniki te należy traktować jako wstępne. Wskaźnik przyrostu stanowisk między rokiem 2007 a 2006 może się zmieniać. Zmiany te będą podawane w kolejnych opracowaniach.

## Tempo przyrostu stanowisk

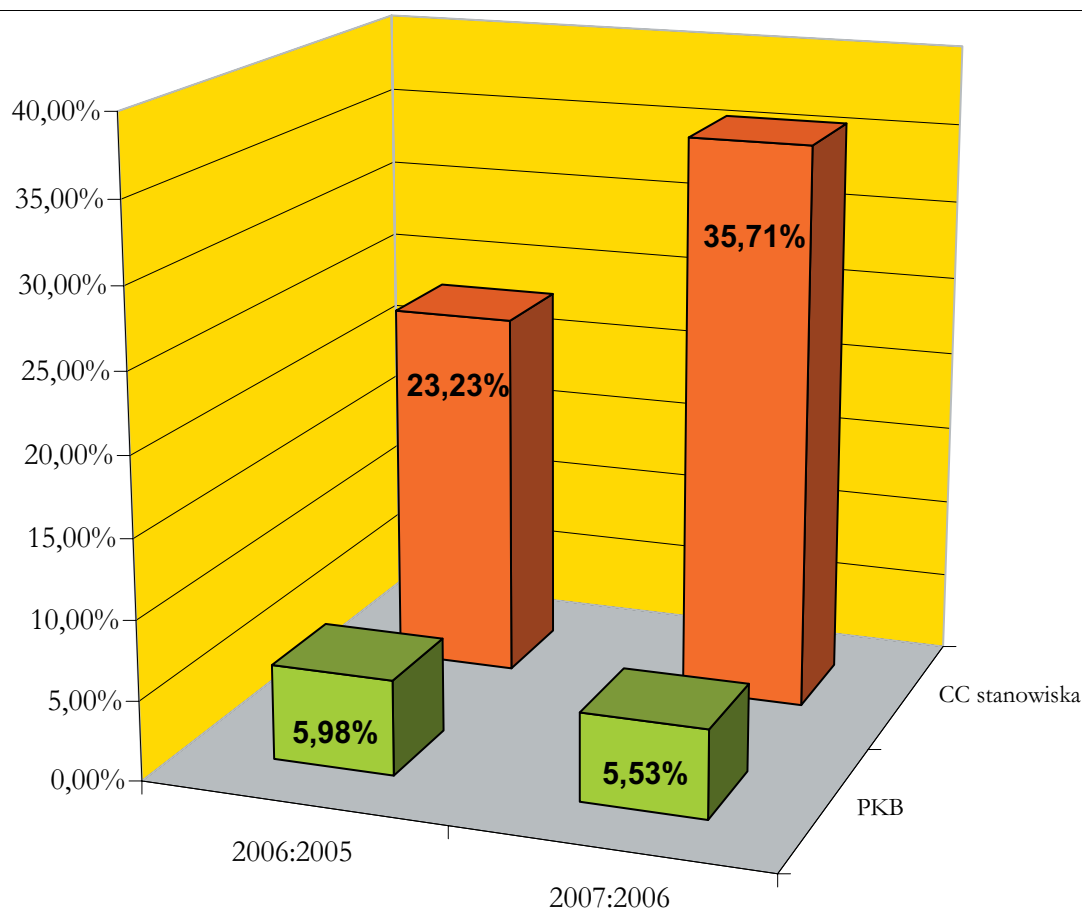
Przyrost stanowisk w roku 2006 w stosunku do 2005 wynosił **23,2%**, a w roku 2007 w stosunku do 2006 – **35,7%**. Dużo to czy mało?

Z całą pewnością więcej niż wynika z informacji dostarczanych przez firmę Datamonitor, która utrzymuje, że tempo przyrostu stanowisk między 2006 i 2007 rokiem wynosiło 13,8%, czyli było blisko 2,58 raza wolniejsze niż ustaliliśmy w naszym badaniu.[2] I jeszcze więcej niż podaje anonimowy raport, podający że tempo to wynosiło 11% rocznie.[3]

A jak tempo przyrostu stanowisk w Polsce porównuje się z innymi krajami? Datamonitor prognozował, że tempo przyrostu liczby call centers w rejonie Azja-Pacyfik między 2003 a 2006 będzie równe 15% i nazywał ten przyrost radykalnym.[4] Philippine Call Centre Association podało, że między rokiem 2000 a 2006 liczba stanowisk w call centers zwiększyła się z 1500 stanowisk do 70 tysięcy stanowisk. Znaczyłoby to, że średnioroczne tempo wzrostu wynosiło 38%.[5] Department of Trade and Industry rządu filipińskiego podał z kolei, że w 2001 stanowisk było 3500, a w 2004 – 40000, czyli wzrost wyniósł 100% rocznie.[6] Wygląda na to, że podobnie jak w szacunkach dotyczących Polski, w innych narodowych lub regionalnych informacjach i szacunkach każdy podaje to, co jest dla niego wygodne, nie licząc się z rzeczywistością.

**15%, 38%,  
a może 100%?  
Co to ma za  
znaczenie?**

Wykres. Tempo przyrostu stanowisk w polskich call center oraz przyrostu PKB (w porównaniu z rokiem poprzednim (N 2006 = 113 call centers, N 2007 = 82 call centers))



Źródło: Badanie przeprowadzone przez MasterPlan [www.masterplan.pl](http://www.masterplan.pl) pod patronatem Stowarzyszenia Managerów Call Center, [www.ccma.pl](http://www.ccma.pl).

Musimy więc szukać innej podstawy porównań.

Porównanie tempa wzrostu PKB i przyrostu stanowisk w wewnętrznych i outsourcingowych call centers wskazuje, że rynek call center rósł w roku 2006 roku 3,89 raza szybciej niż PKB, a rok później już 6.46 raza szybciej.

Zdaję sobie sprawę, że zestawiam wskaźnik finansowy (tempo wzrostu PKB) ze zmianą liczby stanowisk pracy, czyli dane o bardzo różnym charakterze. Jednak takie zestawienie może być zasadne, ponieważ porównujemy tempo przyrostu, a nie wartości bezwzględne.

Blisko 4- i 6,5-krotny przyrost liczby stanowisk ponad tempo wzrostu PKB oznacza, że branża call center rozwija się w Polsce szybko, mimo umiarkowanego poziomu inwestycji zagranicznych. Sprzyjającymi czynnikami są z całą pewnością: dynamiczny rozwój e-biznesu (internetowe biura podróży, internetowe sklepy}, rozwój sprzedaży

w systemie direct (ubezpieczenia komunikacyjne) oraz rozwój usług skierowanych do osób cierpiących na stały brak czasu i do młodego pokolenia, dla którego załatwianie swoich spraw przez telefon i internet jest czymś najzupełniej naturalnym, a także stały spadek cen połączeń telefonicznych.

## Co dalej?

Zebrane dane pozwalają na razie wyłącznie na określenie tempa przyrostu stanowisk. Na oparte o „twarde” dane szacunkowe dotyczące liczby call center trzeba będzie jeszcze poczekać...

# Bibliografia

[1]

Marian J. Kostecki. Call centers i ich pracownicy, IDG White Paper, dodatek do Computerworld, 23/2002 oraz NetWorld 6/2002 [http://www.masterplan.pl/publikacje/165\\_pracownicy.php](http://www.masterplan.pl/publikacje/165_pracownicy.php)

Dane źródłowe opublikowane w:

1. Systemy call centre - technologie, usługi i rynek w Polsce, ITTI, Poznań, raport 3/2001.
2. Jolanta Szydłowska-Krusiec, Size and Structure of Call Centers Market in Poland, Conference on Call Center Market in Poland, Frankfurt (Oder), January 2002.
3. Waldemar Rzepecki, Rozwój Polskiego Marketingu Bezpośredniego, Conference on Call Center Market in Poland, Frankfurt (Oder), January 2002.
4. Zbigniew Zwierzchowski, Duży, ale niedojrzały. Rzeczpospolita, 4 kwietnia 2002.

[2]

Dane Datamonitor według: Andrzej Maciejewski, **Bądźmy w kontakcie**, Computerworld, 15 kwietnia 2008.

[3]

Jarosław Winkler, **Europa nam może pozazdrościć**. Puls Biznesu. 8 listopada 2006.

[4]

Damonitor. Opportunities in Asia Pacific Call Center Markets to 2008. 10 lutego 2004.  
[http://datamonitor-market-research.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product\\_Code=DMTC0915&Category\\_Code=](http://datamonitor-market-research.com/Merchant2/merchant.mvc?Screen=PROD&Product_Code=DMTC0915&Category_Code=)

[5]

Philippine Call Center Growth Continues to Boom, News item by AAP, 21 June 2006.  
<http://www.acquireasiapacific.com/news-1/philippine-call-center-growth/index.html>

[6]

Gregory Domingo [Undersecretary for Industry and Investments; Department of Trade and Industry]. RP Call Center Growth to Drop in 2008. 11 October 2004.  
[http://www.livinginthephilippines.com/call\\_centers2.html](http://www.livinginthephilippines.com/call_centers2.html)

## Sponsorzy raportu

Sponsorami raportu są:

**Algotech** – dostawca zaawansowanych technologii call center ([www.algotech.pl](http://www.algotech.pl)),

**Altar** – producent nowoczesnego oprogramowania dla call centers ([www.altar.com.pl](http://www.altar.com.pl))

**Jabra** – producent wysokiej jakości słuchawek nagłownych ([www.jabra.pl](http://www.jabra.pl))



Badanie przeprowadzone zostało przez  
MasterPlan ([www.masterplan.pl](http://www.masterplan.pl))  
pod patronatem  
Stowarzyszenia Managerów Call Center  
([www.ccma.pl](http://www.ccma.pl))

[v.1.1; 11. 05. 2008]



MasterPlan.pl

Stowarzyszenie

Managerów

Call Center

[www.ccma.pl](http://www.ccma.pl)