

2020

Рейтинг наиболее благоприятных городов в Российской Федерации для размещения контакт-центра.

Отчет исследования

(Демонстрационная версия)

Информация об исследовании и демонстрационной версии отчета

Настоящий документ представляет собой демонстрационную версию отчета о результатах аналитического исследования по выбору города для размещения контактного центра.

Аналитики компании «Апекс Берг Контакт Центр Консалтинг» разработали методологию, позволяющую выбрать города, в которых присутствует сбалансированный набор факторов, влияющих на эффективное функционирование контактного центра в изучаемых городах, и произвели сбор всей необходимой информации.

Согласно методике, города-кандидаты оцениваются по 17 факторам, относящимся к четырем различным группам:

- Емкость рынка труда
- Транспортная доступность
- Экономические факторы
- Конкуренция на рынке труда

Полная версия отчета и приложения к нему позволят не только получить все необходимые данные для принятия решения о выборе города, но и смоделировать детальный бизнес-план открытия контактного центра в различных городах: для этого были собраны все необходимые данные.

Исследование проводилось с 15.01.2019 по 20.05.2019 проектной группой компании «Апекс Берг Контакт Центр Консалтинг».

Объем полной версии отчета: 74 страницы. Отчет содержит 35 таблиц и 33 рисунка-диаграммы.

Также прилагается Excel-файл со всеми данными, с помощью которого можно провести самостоятельный анализ, изменяя приоритеты различных факторов.

Полный отчет о проведении исследования можно приобрести в компании «Апекс Берг Контакт Центр Консалтинг», связавшись с нами по телефону +7 (495) 22-911-82 или по электронной почте sales@apexberg.ru.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----------|
| Информация об исследовании и демонстрационной версии отчета | 2 |
| Описание методологии исследования | 4 |
| Цель исследования..... | 4 |
| Область исследования | 4 |
| Порядок реализации проекта..... | 4 |
| Система весов факторов и групп факторов | 5 |
| Описание этапов проекта | 5 |
| Этап 0..... | 5 |
| Этап I..... | 6 |
| Этап II..... | 6 |
| Методика подсчета рейтинга городов на каждом этапе | 7 |
| Правила подсчета баллов | 7 |
| Шаг 1: построение рейтинга по определенному фактору | 7 |
| Шаг 2: подсчет баллов города по определенному фактору..... | 8 |
| Шаг 3: подсчет оценки группы факторов | 9 |
| Шаг 4: подсчет итоговой оценки города в рамках этапа и формирование рейтинга | 9 |
| Источники информации | 9 |
| Результаты этапа 0 | 10 |
| Результаты Этапа I..... | 11 |
| Результаты Этапа II..... | 12 |
| Результаты анализа существующих КЦ (уровень конкуренции на рынка труда) | 12 |
| Результаты анализа транспортной доступности | 12 |
| Результаты анализа размера бюджета КЦ (Экономические факторы)..... | 13 |
| Результат анализа стоимости аренды недвижимости | 15 |
| Итоговая Таблица результатов I и II этапов исследования | 17 |
| Профили городов-участников Этапа II (на примере города Пенза) | 18 |
| Пенза | 18 |
| Приложения | 21 |
| Приложение 1. Источники полученной информации | 21 |

Описание методологии исследования

Рейтинг городов Российской Федерации в рамках работы «Выбор города в Российской Федерации для размещения контактного центра» формируется на основе специально разработанной методологии, учитывающей различные группы факторов, проанализированные в результате сбора и анализа социологических и экономических данных об изучаемых городах.

Цель исследования

Целью аналитического исследования является комплексный анализ различных групп факторов, позволяющий выявить среди всех изучаемых городов, наиболее подходящие для размещения в них контактного центра.

Область исследования

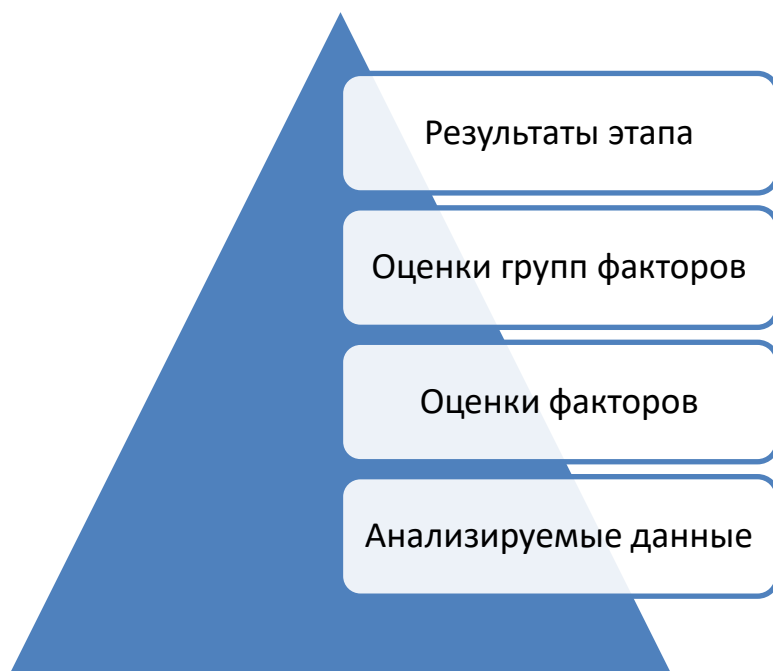
Областью исследования являются все города Российской Федерации, прошедшие отбор на нулевом этапе исследования.

Порядок реализации проекта

В ходе проекта были определены несколько этапов его реализации. На каждом этапе была определена для оценки одна или несколько групп факторов. Каждая группа факторов включает в себя один или несколько факторов для проведения оценки.

Таким образом, оценка конкретных факторов влияет на совокупную оценку группы факторов, которые в свою очередь определяют результаты каждого этапа исследования (см. Рисунок 1. Общая схема структуры оценки привлекательности города для размещения).

Рисунок 1. Общая схема структуры оценки привлекательности города для размещения КЦ на каждом этапе



Этапы проводятся по принципу чемпионата – то есть в следующий этап переходит только ограниченный список финалистов по результатам этапа предыдущего. В конце каждого этапа исследования, на основании совокупной

оценки каждого города выстраивается рейтинг городов, что позволяет отобрать города для итогового рейтинга из четырнадцати городов.

Система весов факторов и групп факторов

В рамках исследования каждый фактор и группа факторов имеют определенный вес, который определяет их влияние на совокупную оценку. Так, веса факторов внутри группы определяют влияние каждого из факторов на оценку группы. Чем выше вес фактора – тем больше оценка по нему влияет на оценку всей группы. Например, фактор с высоким весом и низкой оценкой может существенно снизить позицию в рейтинге города, имеющего хорошие оценки по другим факторам, которые имеют меньший приоритет.

На основании экспертного мнения авторов исследования была сформирована структура весов, которые влияют на формирование конечного рейтинга.

Обращаем ваше внимание на то, что в качестве результатов исследования передаются также таблицы с данными в формате Excel, в которых можно самостоятельно менять веса факторов и групп факторов, получив альтернативные рейтинги городов на различных этапах. Однако, с учетом того, что в рамках 1 и 2 этапов оценивается только часть городов, набравших наибольшее количество баллов по итогам оценки на предыдущем этапе, изменение итогового рейтинга городов возможно только в пределах тех городов, которые вышли во 2 этап отбора.

Описание этапов проекта

Этап 0

Цель этапа

Цель нулевого этапа: сформировать первичный список городов, которые участвуют в аналитическом исследовании по выбору города для размещения контактного центра.

Описание этапа

В рамках нулевого (предварительного) этапа была проведена работа по определению списка городов, по которым будет производиться сбор данных. В изначальный список городов вошли все города России с численностью населения более 100 000 человек. Данному требованию соответствует 170 городов РФ.

На данном этапе учитывался так же часовой пояс и наличие транспортного сообщения.

Таблица 1. Факторы оценки городов на нулевом этапе отбора

| Группа факторов | Название фактора | Описание фактора |
|---------------------|---|--|
| Критические факторы | Население города не менее 100 тыс. чел. | С точки зрения Консультанта, 100 тыс. человек – минимальное население города, необходимое для обеспечения даже небольшого контактного центра трудовыми ресурсами. |
| | Наличие возможности добраться до города любым видом транспорта за 8 часов | Если дорога до города занимает более 8 часов на поезде, автомобиле (при средней скорости 80 км/ч) или самолете (включая 2 часа на процедуры в аэропорту) или комбинации этих видов транспорта – мы считаем данный город не пригодным для размещения там контактного центра в виду затрудненности регулярных командировок сотрудников Центрального офиса. |
| | Разница с Москвой по времени более 5 часа | Города, расположенные в удаленных регионах затрудняют регулярные командировки, а также добавляют сложности в процессы планирования сменных графиков при условии, что обслуживаемые клиенты находятся преимущественно в Европейской зоне России |

Методы получения информации

Использовался кабинетный метод сбора информации. Вся информация была получена из открытых источников (см. Приложение 2. Источники полученной информации).

Этап I

Цель этапа

Цель первого этапа: отобрать на основании собранных данных 14 городов для построения итогового рейтинга.

Факторы и группы факторов

В рамках первого этапа аналитического исследования оценивались следующие группы факторов (см Таблица 2. Факторы оценки городов на первом этапе аналитического исследования).

Таблица 2. Факторы оценки городов на первом этапе аналитического исследования

| Группа факторов | Вес группы | Название фактора | Вес фактора внутри группы | Описание фактора |
|--------------------------|------------|--|---------------------------|--|
| Емкость рынка труда | 31% | Население города | 28% | Статистические факторы, которые помогают ранжировать города по количеству населения. Чем больше населения, тем больше возможностей найти на рынке труда потенциальных сотрудников. |
| | | Население города (изменение численности) | 11% | Статистический фактор, который показывает потенциал развития городов. |
| | | Количество ВУЗов | 17% | Присутствие в городе большого количества высших учебных заведений дает возможность говорить о привлечении на работу студентов соответствующего профиля. |
| | | Количество резюме соискателей в возрасте от 18-28 лет с неоконченным высшим и высшим образованием. | 22% | База резюме соискателей дает возможность оценить рынок труда в городе. Возраст 18-28 является наиболее востребованным в большинстве контактных центров. |
| | | Средний бал ЕГЭ для ВУЗов в городе в соответствии с рейтингом Высшей школы экономики и РИА Новости | 6% | Это статистический фактор, который помогает ранжировать города по качеству тех студентов, которые учатся в ВУЗах города. Мы исходим из того предположения, что больший проходной бал в ВУЗ является показателем высокого уровня абитуриентов, а, следовательно, и более высокого уровня выпускников. |
| | | Уровень безработицы в городе | 17% | Для поиска на рынке труда потенциальных сотрудников в нужном количестве и с необходимыми знаниями и навыками дополнительно применяются данные по уровню регистрируемой безработицы |
| Экономические факторы | 56% | Индекс средней заработной платы в городе | 100% | Для этого фактора в ходе проекта будет рассчитан региональный коэффициент, характеризующий отношение среднего уровня заработной платы в конкретном городе к московскому уровню. |
| Транспортная доступность | 13% | Время в пути до КЦ | 100% | Минимальное время, которое нужно потратить чтобы добраться до города на поезде, на автомобиле (при средней скорости 80 км/ч), на самолете (включая 2 часа на процедуры в аэропорту). |

Методы получения информации

На данном этапе использовался кабинетный метод сбора информации. Вся информация была получена из открытых источников (см. Приложение 2. Источники полученной информации).

Этап II

Цель этапа

Цель второго этапа: построить рейтинг 14 городов, рекомендованных для размещения в них контактного центра.

Факторы и группы факторов

В рамках второго этапа аналитического исследования оценивались три различные группы факторов (см. Таблица 3. Факторы оценки городов на втором этапе аналитического исследования).

Таблица 3. Факторы оценки городов на втором этапе аналитического исследования

| Группа факторов | Вес группы | Название фактора | Вес фактора внутри группы | Описание фактора |
|---|------------|--|---------------------------|--|
| Конкуренция на рынке труда ¹ | 40% | Количество существующих КЦ в городе на 100 тыс. чел. населения | 100% | Данный фактор дает возможность оценить потенциальных конкурентов в регионе, а также риски воздействия на уровень зарплат операторов КЦ и развития нового КЦ в целом. Для оценки рисков был рассчитан индекс, который характеризует отношение количества КЦ в городе на 100 тыс. населения. |
| Транспортная доступность | 20% | Кол-во рейсов в день | 100% | Частота рейсов для комфортного сообщения с городом, с помощью крупных авиакомпаний или РЖД (скоростные поезда), что повышает удобство командировочных поездок. |
| Экономические факторы | 40% | Оценка стоимости аренды недвижимости в городе | 80% | Анализ предложений на рынке недвижимости для оценки средней стоимости аренды коммерческой недвижимости в городе |
| | | Оценка стоимости командировок | 20% | Оценка стоимости авиабилетов в город, стоимости гостиниц и других составляющих бюджета на командировки |

Методика подсчета рейтинга городов на каждом этапе

В результате каждого этапа город-участник получает совокупную оценку по шкале от 1 до 100 баллов, на основании которых и выстраивается итоговый рейтинг. Эта оценка формируется из совокупности оценок города по группам факторов, анализируемых в ходе конкретного этапа. При этом учитывается вес группы факторов.

Оценка по группе факторов формируется из оценок отдельных факторов с учетом весов факторов в рамках группы.

Оценка отдельного фактора по городу формируется на основании анализируемых данных. Полученные значения переносятся на шкалу от 1 до 100 баллов, где 100 баллов – наилучший показатель. Такой подход позволяет равномерно распределить города на оценочной шкале.

Правила подсчета баллов

Шаг 1: построение рейтинга по определенному фактору

По каждому фактору выстраивается рейтинг – так, что самому большому значению присваивается первое место в рейтинге, а самому меньшему значению – последнее место.

При этом если значение аргумента подчиняется принципу «Чем меньше - тем лучше» (например, при анализе заработных плат), то первое место присваивается минимальному значению, а последнее – соответственно максимальному.

¹ Данные по количеству и размеру контактных центров по городам РФ формируются на основе открытых источников информации (данные, приведенные на сайте компаний, данные по вакансиям контакт-центров, информация в социальных сетях и на сайтах сообществ). Авторы отчета не могут гарантировать что указанный список контакт-центров является полным.

Шаг 2: подсчет баллов города по определенному фактору

По каждому фактору, для которого был построен рейтинг с учётом значений факторов, выставляется оценка по шкале от 1 до 100 баллов с использованием следующих формул:

Формула 1 Подсчет баллов по шкале от 1 до 100 на основе значений пропорционально позиции между минимальным и максимальным значениями (больше-хуже)

| Формула подсчета | Используемые переменные |
|--|--|
| $F = \frac{V_{max}-V}{V_{max}-V_{min}} * 99+1$ | <i>F</i> - оценка города по данному фактору |
| | <i>V</i> – значение данного города в рейтинге по измеряемому фактору |
| | <i>V_{max}</i> – максимальное значение по данному фактору |
| | <i>V_{min}</i> – минимальное значение по данному фактору |

Данная формула применяется для распределения значений городов по каждому фактору между 1 и 100. При этом она применяется для факторов у которых значения расположены от 0 до 1. Характер распределения значений сохраняется – так, два города с близкими значениями по какому-либо фактору будут иметь и близкое количество баллов.

Формула 2. Подсчет баллов по шкале от 1 до 100 на основе значений пропорционально позиции между минимальным и максимальным значениями (Больше = лучше)

| Формула подсчета | Используемые переменные |
|--|---|
| $F = \frac{V-V_{min}}{V_{max}-V_{min}} * 99+1$ | <i>F</i> - оценка города по данному фактору |
| | <i>V</i> – значение данного города по измеряемому фактору |
| | <i>V_{max}</i> – максимальное значение по данному фактору |
| | <i>V_{min}</i> – минимальное значение по данному фактору |

Применяя данную формулу, мы получаем оценку города по шкале от 1 до 100 баллов включительно, где 100 – это наилучшее значение фактора с точки зрения размещения там контактного центра, а 1 – наихудшее.

Мы заведомо исключаем данными формулами возможность города получить 0 баллов, так как в дальнейших вычислениях мы используем формулу среднего геометрического, которая исключает значения, равные нулю. Таким образом, если наихудшее значение фактора по городу равно нулю – то он получает минимальную оценку в размере 1 балл из 100.

Формула 3. Подсчет баллов по шкале от 1 до 100 на основе значений города по фактору (Больше-хуже)

| Формула подсчета | Используемые переменные |
|--|---|
| $F = \frac{V_{max}-V+1}{V_{max}+1} * 99+1$ | <i>F</i> - оценка города по данному фактору |
| | <i>V</i> – значение фактора по данному городу |
| | <i>V_{max}</i> – максимальная значение по данному фактору |

Данная формула применяется для факторов типа «больше-хуже». Она фактически распределяет все значения между 1 и 100, сохраняя при этом характер распределения.

Данная формула используется для таких факторов, как:

Применяя все описанные выше формулы, мы получаем оценку города по шкале от 1 до 100 баллов включительно, где 100 – это наилучшее значение фактора с точки зрения размещения там контактного центра.

Мы заведомо исключаем данными формулами возможность города получить 0 баллов, так как в дальнейших вычислениях мы используем формулу среднего геометрического, которая исключает значения, равные нулю. Таким образом, если наихудшее значение фактора по городу равно нулю – то он получает минимальную оценку в размере 1 балл.

Дискретные данные

Под дискретными данными понимаются любые данные, значения которых могут быть равны определенному ограниченному набору числовых значений. Чаще всего это 0 или 1 – для факторов, которые оценивались по принципу ДА/НЕТ. Для таких факторов применялась следующая формула подсчета баллов:

Формула 4. Подсчет баллов по шкале от 1 до 100 для дискретных данных «Больше = Лучше»

| Формула подсчета | Используемые переменные |
|-----------------------------------|---|
| $F = \frac{V+1}{V_{max}+1} * 100$ | <i>F</i> - оценка города по данному фактору |
| | <i>V</i> – значение фактора по данному городу |
| | <i>V_{max}</i> – максимальное значение фактора среди всех городов |

Такая формула обеспечивает деление 100-балльной шкалы на отрезки, соответствующее числовым значениям фактора. Например, для значений фактора 0 и 1 соответствующие оценки по данному фактору будут равны 50 и 100.

Шаг 3: подсчет оценки группы факторов

Оценка группы факторов является совокупной оценок различных факторов с учетом их весов. Оценка группы принимает значения от 1 до 100, являясь среднегеометрическим от оценок факторов с учетом весов.

Формула 5. Подсчет оценки группы факторов на основании оценок факторов и весов факторов

| Формула подсчета | Используемые переменные |
|--|---|
| $G = \sqrt[\sum x]{\prod_1^n F_i^{x_i}}$ | <i>G</i> – оценка группы факторов |
| | <i>I_x</i> – вес фактора в группе |
| | <i>F_i</i> - оценка города по фактору |
| | <i>n</i> - количество факторов в группе |

Шаг 4: подсчет итоговой оценки города в рамках этапа и формирование рейтинга

Оценка города в рамках этапа является совокупной оценок различных групп факторов с учетом их весов. Оценка этапа принимает значения от 1 до 100, являясь среднегеометрическим от оценок групп факторов с учетом весов.

Формула 6. Подсчет итоговой оценки города на основании оценок и весов групп факторов

| Формула подсчета | Используемые переменные |
|--|---|
| $E = \sqrt[\sum x]{\prod_1^m G_j^{y_j}}$ | <i>E</i> – оценка этапа |
| | <i>G</i> – оценка группы факторов |
| | <i>Y_j</i> – вес группы факторов |
| | <i>m</i> - количество групп факторов в оценке этапа |

Оценка каждого этапа накопительная, то есть в ней учитываются все группы факторов, оцененные на предыдущих этапах. Рейтинг по результатам каждого этапа формируется на основании полученных оценок городов по результатам этапа.

Источники информации

В процессе оценки различных факторов аналитиками «Апекс Берг» использовалась информация, полученная из официальных открытых источников (см. «Приложение 1. Источники полученной информации»).

Результаты этапа 0

По результатам нулевого этапа из 170 городов 16 не прошли критические факторы, т. к. не соответствуют заявленным критериям «Разница по времени с Москвой более 5 ч.» и «Транспортная доступность», Москву также в последующих этапах не рассматриваем. В итоге список городов, прошедших нулевой этап исследования, состоит из 153 городов Российской Федерации (Таблица 4).

Таблица 4. Список городов Российской Федерации, прошедших в первый этап

| № п/п | Город | Федеральный округ | Субъект РФ, в состав которого входит город | Население города на 1 января 2020г. (тыс.чел) |
|-------|-------|-------------------|--|---|
| 1 | ... | | | |
| 2 | ... | | | |
| 3 | ... | | | |

Результаты Этапа I

В рамках первого этапа анализировались параметры 153 городов, вышедших в первый этап отбора (см Таблица 4. Список г городов Российской Федерации, прошедших в первый этап). В ходе проведения первого этапа исследования были проанализированы данные трёх групп факторов (см. Таблица 2. Факторы оценки городов на первом этапе аналитического исследования):

В результате первого этапа для каждого из 153 городов был рассчитан итоговый балл. На основе итогового балла, были выделены 14 лучших городов для более детального изучения на втором этапе исследования. Таким образом, во второй этап исследования перешли следующие 14 городов (Таблица 5). Города приведены в порядке убывания баллов, полученных по итогам 1 этапа исследования.

Таблица 5. Список городов, участников второго этапа исследования

| № п/п | Город | Емкость рынка труда | Экономические факторы | Транспортная доступность | Итоговый балл |
|-------|-------|---------------------|-----------------------|--------------------------|---------------|
| 1 | ... | ... | ... | ... | ... |

Ниже представлен анализ результатов для выбранных 14 городов по каждой из групп факторов.

Рисунок 2. Рейтинг 14 городов, вошедших во второй этап, по группе факторов «Емкость рынка труда»

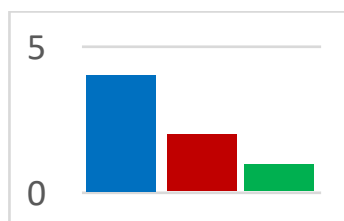


Рисунок 3. Рейтинг 14 городов, вышедших во второй этап, по группе факторов «Экономические факторы»

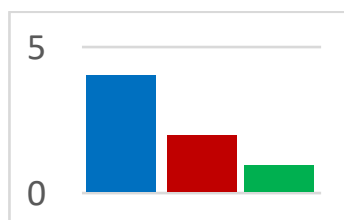


Рисунок 4. Рейтинг 14 городов, вышедших во второй этап, по группе факторов «Транспортная доступность»

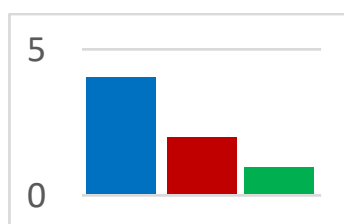
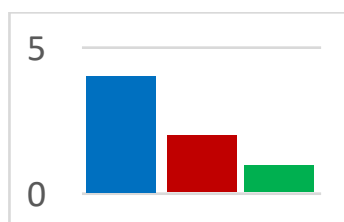


Рисунок 5. Рейтинг 14 городов, вышедших во второй этап, итоговый по первому этапу



Результаты Этапа II

Во время проведения второго этапа выбора города Российской Федерации для размещения контактного центра, были изучены новые группы факторов, а также дополнены новыми данными те группы факторов, по которым уже проводился анализ в рамках первого этапа.

Результаты анализа существующих КЦ (уровень конкуренции на рынка труда)

Для исследования был произведен мониторинг уже функционирующих КЦ во всех городах, участниках второго этапа аналитического исследования. Данные по количеству и размеру контактных центров по городам РФ формируются на основе открытых источников информации (данные, приведенные на сайте компаний, данные по вакансиям контакт-центров, информация в социальных сетях и на сайтах сообществ). Авторы отчета не могут гарантировать что указанный список контакт-центров является полным.

Для расчета итогового балла использовался основной фактор: количество крупных контактных центров на 100 тысяч населения города. Под крупными контактными центрами принимались КЦ с количеством работающих операторов более 50.

Итоговые оценки по группе факторов представлены ниже в графиках (см. Рисунок 6. Количество крупных контактных центров в городе, Рисунок 7. Количество крупных контактных центров в городе на 100 тысяч населения, Рисунок 8. Итоговые оценки по группе факторов «Конкуренция на рынке труда»

Рисунок 6. Количество крупных контактных центров в городе

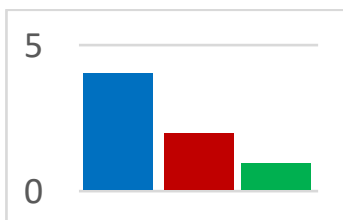


Рисунок 7. Количество крупных контактных центров в городе на 100 тысяч населения

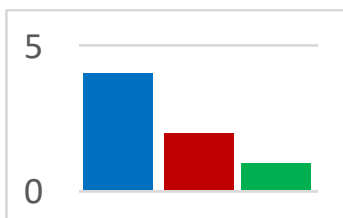
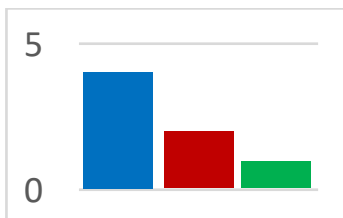


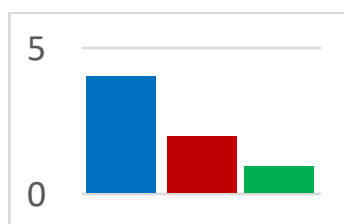
Рисунок 8. Итоговые оценки по группе факторов «Конкуренция на рынке труда» (в порядке возрастания)



Результаты анализа транспортной доступности

Для исследования был произведен мониторинг частоты рейсов для комфортного сообщения с городом, с помощью крупных авиакомпаний или РЖД (экспресс поезда), что повышает удобство командировочных поездок. Мониторинг производился на сайтах www.tutu.ru и www.skyscanner.ru

Рисунок 9. Кол-во рейсов в день (авиа/ЖД)



Результаты анализа размера бюджета КЦ (Экономические факторы)

Аналитический блок второго этапа – это моделирование годового бюджета КЦ в различных городах. Анализ показывает, насколько бы отличались расходы на КЦ, если бы он находился в каждом из 14 городов, которые попали в выборку на втором этапе. Для этого была детально проанализирована и разобрана на составляющие структура затрат типового КЦ. При этом мы не анализировали стартовые затраты на создание КЦ, делая акцент только на операционных затратах.

Анализ производился также без детального учета IT-бюджета, исходя из предположения, что он будет примерно одинаковым во всех городах. Просчет данного блока был произведен для более информативной картины городов и на итоговые результаты второго этапа не влияет.

Таблица 6. Структура затрат типового контактного центра на примере КЦ 300 рабочих мест в г. Саратов

| Структура бюджета регионального КЦ | Доля в общем бюджете КЦ (РБК) | Эталонный бюджет (г Саратов), рублей/год |
|--|-------------------------------|--|
| Заработная плата операторов | ... | ... |
| Заработная плата остальных сотрудников | ... | ... |
| Затраты на каналы связи | ... | ... |
| Арендная плата | ... | ... |
| Командировочные расходы | ... | ... |
| Другое (не зависит от города) | ... | ... |
| ВСЕГО: | ... | ... |

Все показатели рассчитывались с учетом соотношений показателей в различных городах и Саратове. Этот город был взят в качестве эталонного – то есть используется для сравнения. Все остальные бюджеты рассчитываются исходя из годового бюджета для КЦ в городе Саратов на 300 рабочих мест со средней зарплатой оператора в месяц.

В результате анализа были получены следующие данные (см. Рисунок 10. Структура затрат в год при расположении КЦ в различных городах).

Рисунок 10. Структура затрат в год при расположении КЦ в различных городах

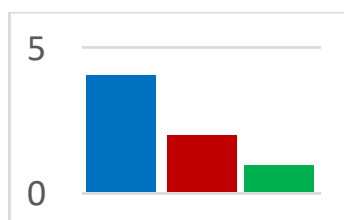


Таблица 7. Размер бюджета существующего КЦ в различных городах (в порядке возрастания)

| Город | ИТОГО, руб./год | Отклонение от бюджета г. Саратов, % | Отклонение от годового бюджета г. Саратов, руб. |
|-------|-----------------|-------------------------------------|---|
| ... | ... | ... | ... |
| ... | ... | ... | ... |
| ... | ... | ... | ... |

Размер арендной платы в рамках бюджета был сформирован на основании арендных ставок, которые были получены путем поиска объявлений аренды на сайтах cian.ru, avito.ru, realty.yandex.ru, beboss.ru, zдание.info (см. «Таблица 8. Стоимость аренды коммерческой недвижимости в городах второго этапа исследования (в порядке возрастания)»).

Таблица 8. Стоимость аренды коммерческой недвижимости в городах второго этапа исследования (в порядке возрастания)

| Город | Стоимость аренды 1 кв. м., руб. в год | Арендная плата (руб. в год) |
|-------|---------------------------------------|-----------------------------|
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |

Заработная плата операторов – основная составляющая бюджета. Мы рассчитывали фонд оплаты труда (включая налоги) для города по сравнению с г. Саратов на основании полученных данных о зарплатах в том или ином городе.

Таблица 9. Фонд оплаты труда операторов в городах второго этапа исследования (в порядке возрастания)

| Город | Заработная плата операторов в городе (медиана), руб. в месяц | Фонд оплаты труда операторов в бюджете (руб. в год) |
|-------|--|---|
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |

Помимо заработной платы операторов мы отдельно рассчитываем заработную плату других сотрудников. Основой для расчета служит индекс заработных плат в городе, который мы рассчитываем самостоятельно на основании данных ресурса hh.ru. Значение индекса показывает разницу зарплат с г. Москва – самым дорогим по этому показателю городу Российской Федерации.

Таблица 10. Фонд оплаты труда других сотрудников в городах второго этапа исследования (в порядке возрастания)

| Город | Индексы заработной платы в городе | Заработная плата остальных сотрудников (руб. в год) |
|-------|-----------------------------------|---|
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |

Для анализа затрат на стандартную командировку длительностью 2 рабочих дня был произведен анализ следующих данных:

1. **Стоимость авиабилета до города и обратно** (цены смотрелись на одни и те же даты. Для тех городов, где нет авиасообщения, мы анализировали стоимость билета на экспресс поезда повышенной комфортности туда и обратно).
2. **Стоимость 60 км такси** (узнавалась стоимость на 1 км в службах такси города).
3. **Средняя стоимость 1 ночи в номере класса «Стандарт»** среди ТОП-5 самых популярных гостиниц в каждом городе (на основе отзывов пользователей booking.com, совместно с komandirovka.ru и www.101hotels.ru).

По полученным данным высчитывался индекс затрат на командировки города, после чего высчитывался бюджет на командировки КЦ из расчета одна двухдневная командировка каждые 2 недели (для 6 сотрудников) (см. Таблица 11. Фонд затрат на командировки в городах второго этапа исследования (в порядке возрастания)).

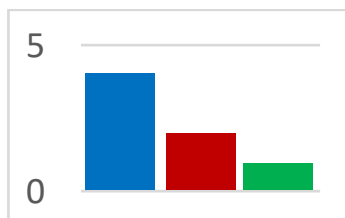
Таблица 11. Фонд затрат на командировки в городах второго этапа исследования (в порядке возрастания)

| Город | Стоимость командировки на 2 дня | Командировочные Расходы (в год) |
|-------|---------------------------------|---------------------------------|
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |
| ... | ... | ... |

Результат анализа стоимости аренды недвижимости

В рамках оценки города был проведен анализ стоимости аренды недвижимости на основании арендных ставок, которые были получены путем поиска объявлений аренды на сайтах cian.ru, avito.ru, realty.yandex.ru, beboss.ru, zdanie.info (см. «Рисунок 11. Стоимость аренды недвижимости в городах второго этапа исследования»). Результаты мониторинга отображены в Приложение 2. Агентства коммерческой недвижимости.

Рисунок 11. Стоимость аренды недвижимости в городах второго этапа исследования



Совмещая результаты анализа всех факторов второго этапа, с учетом их весов, мы получаем итоговую оценку каждого города по группе экономических факторов (см. «Рисунок 12. Итоговые оценки по группе факторов «Экономические факторы», второй этап»). В результате полученных данных по двум группам факторов подводим итог второго этапа(см. «Рисунок 13. Итоговые оценки по двум группам факторов второй этап»)

Рисунок 12. Итоговые оценки по группе факторов «Экономические факторы», второй этап

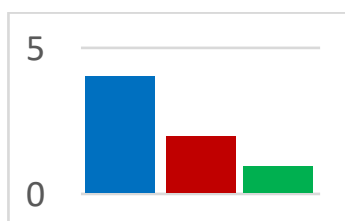
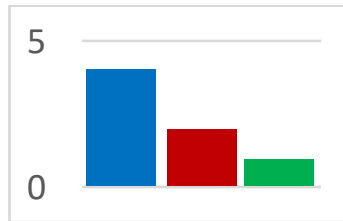


Рисунок 13. Итоговые оценки по двум группам факторов второй этап



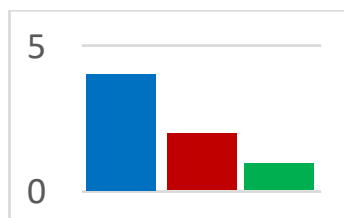
Итоговая Таблица результатов I и II этапов исследования

Для подведения итогов были пересчитаны веса в рамках двух этапов для всех групп, что позволило сохранить весовой приоритет каждого фактора. Совмещая результаты анализа всех групп факторов, с учетом пересчитанных весов для 14 городов второго этапа, мы получаем итоговую оценку каждого города (См. «Таблица 12. Итоговая таблица результатов первого и второго этапов исследования» и Рисунок 14. Итоговые оценки результатов первого и второго этапов исследования).

Таблица 12. Итоговая таблица результатов первого и второго этапов исследования

| Город | Ёмкость рынка труда (I Этап) | Экономические факторы (I Этап) | Транспортная доступность (I Этап) | РЕЗУЛЬТАТЫ I ЭТАПА | Рейтинг | Конкуренция на рынке труда (II Этап) | Транспортная доступность (II Этап) | Экономические факторы (II Этап) | РЕЗУЛЬТАТЫ II ЭТАПА | Рейтинг II ЭТАПА | Оценка города в рамках I и II ЭТАПОВ ПРОЕКТА | Рейтинг I и II Этапов |
|-------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|--------------------|---------|--------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|---------------------|------------------|--|-----------------------|
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |
| ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... | ... |

Рисунок 14. Итоговые оценки результатов первого и второго этапов исследования



Профили городов-участников Этапа II (на примере города Пенза)

Пенза



Таблица 13. Характеристика города Пенза

| Название фактора | Значение | Место в рейтинге (из 14 городов) |
|---|--------------------|----------------------------------|
| Субъект Российской Федерации | Пензенская область | |
| Емкость рынка труда | | |
| Население города, тыс. чел. | 520 | 13 |
| Количество ВУЗов | 12 | 13 |
| Уровень измеряемой безработицы, % | 4% | 8 |
| Полная база резюме соискателей в возрасте от 18-28 лет с неоконченным высшим и высшим образованием (HH.ru, SuperJob.ru) | 328 | 11 |
| Экономические факторы | | |
| Зарплатный индекс в городе (по сравнению с г. Москва) | 36% | 3 |
| Зарплата операторов в городе (медиана) | 25104 | 9 |
| Оценка стоимости двухдневной командировки, руб | 21132 | 7 |

| | | |
|---|-------------|----|
| Стоимость аренды коммерческой недвижимости в городе в год (руб/м2) | 5743 | 4 |
| Транспортные факторы | | |
| Расстояние до Москвы по автомобильным дорогам, км | 640 | 3 |
| Минимальное время в пути до города одним видом транспорта (для авиаперелетов включая 2 часа на процедуры в аэропорту) | 3 ч. 5 мин. | 3 |
| Количество рейсов ежедневно (авиа/ЖД) | 4 | 11 |
| Конкуренция на рынке труда | | |
| Количество КЦ (более 50 рабочих мест) | 9 | 11 |
| Количество КЦ на 100 тысяч человек населения | 1,73 | 5 |

Общая информация

Пенза — город, расположенный на Приволжской возвышенности в центре европейской части России, административный, экономический и культурный центр Пензенской области (с 1939 года).

Часовой пояс UTC+3 (MSK +0)

Телефонный код +7 8412

Официальный сайт: <http://www.penza-gorod.ru/>

Емкость рынка труда

Население города — 520 тысяч человек (2020 г).

Это 13-й по населению город второго этапа исследования и 32-й среди всех городов Российской Федерации.

В городе всего 12 высших учебных заведений и полная база резюме соискателей – более 328, что обеспечило городу 11 место из 14 по данному показателю.

Транспортное сообщение

Расстояние до Москвы по автомобильным дорогам – 640 км или 8 ч. езды на автомобиле.

Ежедневно осуществляются авиарейсы авиакомпаний «S7», «Utair». Минимальное время полета – 3 ч. 5 мин.

Бюджет call-центра

Зарплатный индекс города составляет 36% в сравнении с г. Москва – отличный показатель среди городов-финалистов (3 место из 14). Зарплатная медиана операторов в городе зафиксирована на уровне 25 104 рублей, средний показатель, на одном уровне с такими городами как Челябинск и Ростов-на-Дону.

Стоимость аренды коммерческой недвижимости – 5 743 руб/м2 – 4-ое место в рейтинге, арендная ставка ниже среднего среди городов финалистов.

По фактору «Оценка бюджета на командировки на 2 дня» Пенза занимает не самую выгодную 7-ую позицию в рейтинге, стоимость командировки, в среднем, составит 21 132 руб. Средний показатель, что обусловлено удаленностью от Москвы.

Конкуренция на рынке труда

В городе 9 крупных контактных центра – это центр поддержки абонентов компаний: Ростелеком, Телеконтакт, Мегафон, Леомакс, Банк Тинькофф, Smarter CRM Agency, Ренессанс Кредит, Байкал Сервис ТК, Комфорт Сервис.

Климат

Климат Пензы умеренно континентальный.

Зима в Пензе умеренно холодная и длительная, длится с начала ноября по конец марта, самый холодный месяц — февраль со средней температурой $-9,1^{\circ}\text{C}$. Лето тёплое, длится с конца мая по начало сентября, средняя температура июля $20,4^{\circ}\text{C}$. Среднегодовая температура $5,5^{\circ}\text{C}$. Климат Пензы близок к московскому, но осадков выпадает меньше.

Таблица 14. Климат Пензы

| Показатель | Янв | Фев | Мар | Апр | Май | Июн | Июл | Авг | Сен | Окт | Ноя | Дек | Год |
|---|-------|-------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| Абсолютный максимум, $^{\circ}\text{C}$ | 7 | 8,5 | 17,3 | 31,1 | 35,6 | 37,7 | 39,3 | 40,4 | 33,6 | 25,6 | 16,1 | 11 | 40,4 |
| Средний максимум, $^{\circ}\text{C}$ | -5,5 | -5,1 | 1 | 12,4 | 20,8 | 24,8 | 26,6 | 24,7 | 18,2 | 9,9 | 0,6 | -4,4 | 10,3 |
| Средняя температура, $^{\circ}\text{C}$ | -8,7 | -9,1 | -3,4 | 6,8 | 14,3 | 18,5 | 20,4 | 18,3 | 12,5 | 5,6 | -2,1 | -7,4 | 5,5 |
| Средний минимум, $^{\circ}\text{C}$ | -11,9 | -12,5 | -7,2 | 1,9 | 8,1 | 12,7 | 14,7 | 12,8 | 7,7 | 2,2 | -4,6 | -10,3 | 1,1 |
| Абсолютный минимум, $^{\circ}\text{C}$ | -39,9 | -40 | -31,1 | -20 | -5,6 | -1,1 | 4,7 | 0 | -6,4 | -17,2 | -31,1 | -40,5 | -40,5 |
| Норма осадков, мм | 38 | 31 | 35 | 33 | 42 | 65 | 59 | 51 | 52 | 47 | 48 | 41 | 542 |

ВЫВОД

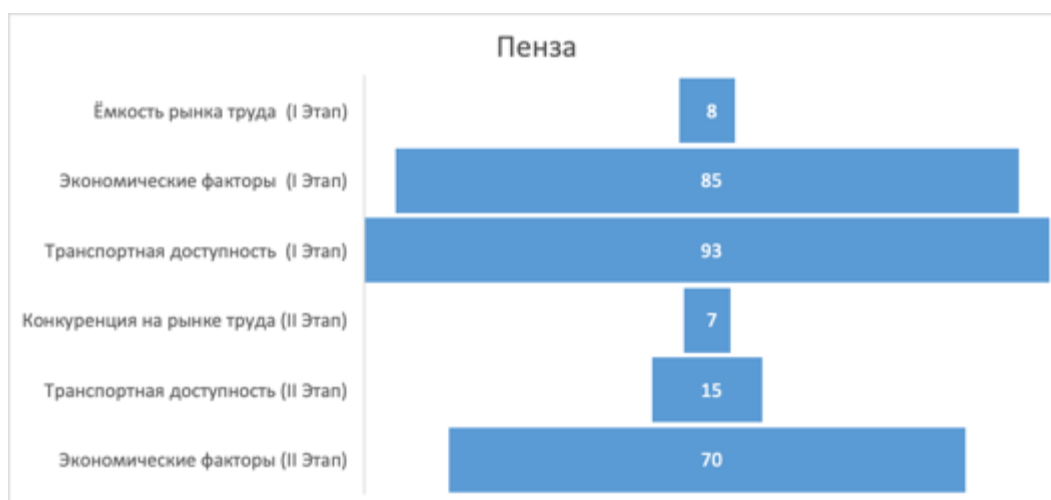
Пенза – город со хорошими экономическими показателями, расположенный недалеко от Москвы, что делает его более привлекательным с точки зрения транспорта и логистики.

Небольшая численность населения обуславливает не высокие показатели в группе факторов «Ёмкость рынка труда», однако количество резюме соискателей выше среднего, в соотношении с численностью населения.

Привлекательный зарплатный коэффициент, и небольшая конкуренция на рынке труда делают Пензу довольно сбалансированным претендентом на размещение КЦ, среди финалистов второго этапа исследования.

Сегодня в городе уже работают девять крупных контактных центра и не менее 20 относительно небольших – что оставляет возможность в ближайшей перспективе появление новых контактных центров.

Рисунок 15. Позиция города Пенза в рейтинге по группам факторов



Приложения

Приложение 1. Источники полученной информации

Таблица 1. Источники полученной информации

| Номер и название фактора | Источник информации |
|--------------------------|---------------------|
| ... | ... |
| ... | ... |
| ... | ... |