



NGA TEKSTILET TE SHËRBIMET TELEFONIKE

Dikur vinin në Shqipëri të tërhequr nga kosto e lirë e punës në fushën e tekstileve. Sot, kur krahu më i lirë i punës është zhvendosur në Azi, një shërbim tjetër po tërheq investorët italianë: shërbimet telefonike, ku krahas pagesës ende të ulët, njohuritë e shqiptarëve për gjuhën italiane përbëjnë një përparësi të lartë

Nga Albana MUÇA

Investitorët e huaj, kryesisht ata italianë dhe grekë, po zbulojnë në Shqipëri një tjetër fushë investimi me interes, siç është ajo e shërbimit të qendrave telefonike, "Call Center". Katër kompani të këtij tipi, të vendosura në vendin tonë dy vitet e fundit, po ofrojnë shërbime për konsumatorët e huaj. Puna e qendrave telefonike konsiston në dhënie të informacioneve të ndryshme, si oraret e trenit, avionit, gjetjen e adresave etj, por kryhen edhe sondazhe telefonike për llogari të kompanive prodhuese të interesuara për shijet e klientit dhe prirjet e tij për të shpenzuar. Përfaqësuesit e Data Kontakt, një nga këto biznese në vendin tonë, tregojnë për "Monitor" se, "ofrojmë shërbime për tregun e huaj dhe një ndër kompanitë kryesore për të cilat po punohet është Telekom Italia". Sot një abonent i Telekom Italia, kudo në Itali mund t'i kërkojë sqarime operatorit shqiptar që përgjigjet nga qendra telefonike, ose mund të telefonohet nga ky operator për t'u njohur me ofertat dhe shërbimet e reja të Telekom Italia. Data Kontakt është një kompani italo-shqiptare e krijuar vitin e kaluar në Shqipëri, ndërkohë që në këtë fushë veprojnë edhe shoqëria

italiane Grid sh.p.k., ajo britanike KIKAS dhe IDS (Intercom Data Service). Qendrat telefonike kanë lindur si fillim nga vetë kompanitë e mëdha ndërkombëtare. Këto të fundit vinin në dispozicion të klientit të ashtuquajturit "numra jeshil" ku klienti mund të informohej për produktin që i ofrohej nga kjo kompani. Pikërisht kostoja e lartë e këtij shërbimi për kompanitë prodhuese, ka transferuar shërbimet në qendrat telefonike apo ato të të dhënave, të cilat punojnë në të njëjtën kohë për llogari të disa kompanive të interesuara. Megjithatë, për të qenë sa më konkurrues në treg qendrat telefonike po u drejtohen tregjeve të lira të punës. Tregjet më të favorshme për

PAGA MESATARE

E një operatori Call Center në Shqipëri është rreth **250 euro**. Ndërkohë, operatori që kryen të njëjtën punë në Itali paguhet rreth **900 euro** në muaj

to po vlerësohen Kroacia, Maqedonia, Rumania dhe Shqipëria. Përfaqësuesit e kompanive që veprojnë në Shqipëri tregojnë se pagesa mesatare e një operatori Call Center është rreth 30 mijë lekë (240 euro). Ndërkohë, operatori që kryen të njëjtën punë në Itali paguhet rreth 900 euro në muaj, ose gati katër herë më shumë se punonjësi shqiptar. Diferenca mes pagave është mjaft më e lartë, sesa kosto shtesë e trafikut ndërkombëtar të telefonatave, për të cilën shfrytëzohet interneti.

SHQIPËRIA MË E PREFERUARA NË RAJON, FALË GJUHËS

Pas më shumë se 15 vjet shfrytëzimi të fuqisë punëtore nga investitorët e huaj, kryesisht në sektorin e prodhimit të tekstileve dhe këpucëve, kompanitë e huaja po kuptojnë kohët e fundit se në Shqipëri ekziston edhe fuqia mendore, e cila gjithashtu mund të ofrohet me një kosto më të ulët se ajo në tregun e tyre vendas. Në këtë pikë, Shqipëria ka një përparësi të padiskutueshme me tregjet aziatike, të cilat kohët e fundit kanë tërhequr industrinë textile italiane, duke vënë në vështirësi ndërmarrjet shqiptaro-italiane të tekstileve. Eni Muçi, specialist për drejtimin në investime të reja pranë

◀◀ Agjencisë Shqiptare të Biznesit dhe Investimeve (Albinvest) thotë se, “për sektorin e shërbimeve ndaj biznesit, siç janë ato Call Center, Shqipëria ofron potenciale në aspektin e gjuhës dhe për këtë ka më tepër përparësi në Ballkan”. Të rinjtë shqiptarë njohin mesatarisht dy gjuhë të huaja. Specialistët në fushën e investimeve vlerësojnë se jugu i Shqipërisë, falë njohurive të gjuhës greke të një pjese të mirë të banorëve mund të jetë një treg i favorshëm për kompani greke, që kanë nevojë për shërbime të qendrave telefonike, ndërkohë që njohësit e gjuhës italiane dhe angleze mund të gjenden në të gjitha zonat e Shqipërisë. Megjithatë, sipas z. Muçi, “mundësitë që ofron Shqipëria në sektorin e shërbimeve Call Center nuk janë të njohura siç duhet në tregun ndërkombëtar”. Për promovimin e këtyre potencialeve Albinvest ka përfshirë në prioritetet e saj njohjen e investitorëve të huaj me mundësitë e investimit në këtë fushë në vendin tonë.

MUNDËSI PËR HAPJEN E 10 MIJË VENDEVE PUNE

Specialistët e Agjencisë Albinvest tregojnë se tani po asistojnë një kompani të madhe në rang botëror të interesuar për të investuar në Shqipëri në sektorin e Call Center (emri i të cilës nuk bëhet i ditur, pasi nuk është instaluar përfundimisht në tregun shqiptar). Për të vlerësuar nëse tregu shqiptar është ai i duhuri për këtë lloj investimi, kompania ka hapur një qendër telefonike testimi, e cila sipas specialistëve po jep rezultate të kënaqshme, që premtojnë mundësinë e investimit. Specialistët e fushës së investimeve të huaja të Albinvest thonë se, në momentin që kjo kompani vendos të investojë në këto shërbime në Shqipëri, gjithnjë për të punuar për tregje të huaja, mund të krijojë 2,000 deri në 10,000 vende pune. Vetë vlera e investimit do të varet nga numri i të punësuarve. Një shifër e tillë është domethënëse nëse marrim parasysh se kompanitë që veprojnë aktualisht kanë gjithsej gati 300 të punësuar.

POTENCIALET E CALL CENTER

Kushtet kryesore që nevojiten për të punuar si operator janë njohja e gjuhëve të huaja dhe e kompjuterit. Ndërkohë, njohuritë specifike për fushat që mbulon i merr përmes trajnimeve, që ofrohen nga vetë kompanitë. Në Shqipëri ata janë kryesisht të diplomuar në gjuhë të huaja anglisht, italisht, ose kompjuter. Kjo lloj pune mund të kryhet edhe nga studentët, pjesa më e madhe e të cilëve kanë zgjedhur punësimin me kohë të pjesshme. Z. Muçi, specialist pranë agjencisë Albinvest thotë se, “kjo agjenci ka ndërmarrë një studim për të vlerësuar studentët që diplomohen në informatikë dhe gjuhë të huaja dhe për të parë sa të përshtatshëm janë ata për tregun e jashtëm”. Aftësitë e të diplomuarve shqiptarë nuk njihen jashtë shpesh dhe si rezultat i mos njohjes së diplomës së marrë në Shqipëri, ndaj Albinvest po kërkon përmes promovimit dhe organizimit të takimeve me kompani të huaja të tregojë se në Shqipëri ekzistojnë potencialet e duhura për të zhvilluar aktivitetin e shërbimeve, për llogari të bizneseve të ndryshme. ■

CALL CENTER, INTERES PËR T’U SHËRBYER KLIENTËVE SHQIPTARË

Kompanitë Call Center tregojnë se të gjitha shërbimet që ofrojnë për klientët e huaj mund t’i ofrojnë edhe për kompanitë e mëdha në vendin tonë, pasi kanë potencialet e duhura në teknologji dhe në punë. Administratori i kompanisë Grid, z. Simonetti, thotë se “jemi të gatshëm të ofrojmë shërbime dhe për kompanitë në Shqipëri dhe vërehet interesi i disa bankave për shërbimet bankare ndaj klientëve të tyre”. Ndërsa, përfaqësuesit e Data Kontakt thonë se synimi i tyre është pikërisht tregu shqiptar. Klientët të mirë për ta konsiderohen kompanitë telefonike, institucionet bankare, kompanitë e prodhimit të pijeve të ndryshme, ato të prodhimit dhe tregtimit të cigareve etj. Për këto kompani shërbimet Call Center mund t’u ofrojnë informacionet e nevojshme klientëve, të studiojnë tregun dhe shijet e tyre, të përpunojnë të dhëna, që mund t’u shërbejnë kompanive për të orientuar investimet në drejtimin e duhur.

Këto studime kompanitë në tregjet e huaja i shfrytësojnë prej kohësh. Shërbimet për llogari të kompanive të mëdha britanike si ajo Vodafone kryhen prej dhjetra vitesh nga operatorë indianë. Përfaqësuesit e Call Center në



Shqipëri bëjnë të ditur se për kryerjen e shërbimeve brenda vendit nevojitet linja fikse e Albtelekom, të cilën akoma nuk kanë arritur ta kenë, ndërkohë që për shërbimet jashtë përdoren linjat internet. ■

TË RINJ NË TREG, AMBICIOZË NË IDE

Kompanitë e pakta që veprojnë në Shqipëri të krijuara vetëm kohët e fundit, janë filiale të kompanive me të njëjtin emër në Itali dhe Angli dhe ofrojnë shërbime për të njëjtët klientë si dhe kompanitë qendrore. Edhe pse veprojnë me teknologjitë e fundit, ata vlerësojnë të jenë në fazën e testimit të teknologjisë në vendin tonë, si rezultat i nevojave që dalin për krijimin e lidhjeve kablore dhe transmetimin e të dhënave. Megjithatë, bazuar në ecurinë e deritanishme të punës ata shprehen të interesuar për zgjerimin e aktivitetit dhe shtimin e investimeve. Administratori i kompanisë Grid, Fabrizio Simonetti thotë për revistën “Monitor” se “në pak më shumë se një vit aktivitet janë punësuar 110 të rinj, ndërkohë që në muajt e ardhshëm ky numër do të dyfishohet”. Zgjerimin e konfirmojnë edhe përfaqësuesit e Data Kontakt, të cilët shprehen se “brenda këtij viti kemi ndër mend të arrijmë në kapacitetin tonë të plotë që është 120 operatorë, nga 40 të punësuar që kemi



tani me kohë të pjesshme dhe të plotë”. Drejtuesit e kompanive janë të kënaqur për cilësinë gjuhësore të operatorëve, të cilët flasin kryesisht italisht dhe anglisht, si dhe në kohë të ndryshme kryejnë shërbime të ndryshme. Një operator i tillë gjatë orarit të punës përgjigjet dhe asiston konsumatorin për montimin e një pajisje elektronike, telefonon dhe tregon ofertat e reja që ofron një kompani telefonike, si dhe mund të tregojë mundësitë e sigurimit të jetës, automjetit dhe të lidhë kontrata për llogari të kompanisë siguruese për të cilën vepron. Ndaj operatorë të tillë quhen *multi skil* (me shumë aftësi).

PSE DATA CENTER DHE JO CALL CENTER?

Ndërmarrjet prodhuese dhe ato të shërbimeve, kanë kuptuar tashmë që për të ditur kërkesat e tregut dhe si rrjedhim, për të orientuar investimet aty ku është më e dobishme si për vetë ndërmarrjet dhe për klientin kanë nevojë për një kontakt direkt me këtë të fundit. Vetë rritja e konkurrencës ka sjellë nevojën e matjes së tregut dhe njohjen e shijes së konsumatorit, sa dhe çfarë është më i prirur të konsumojë. Urë lidhje janë pikërisht kompanitë që ofrojnë shërbimet ndaj biznesit, siç janë Qendrat Telefonike (Call-Center), të cilat kanë shumëfishuar shërbimet e tyre dhe sot preferojnë të quhen Qendër të Dhënash (Data -Center) për faktin se shërbimet e tyre tashmë nuk përqendrohen vetëm në pritjen e telefonatave nga konsumatorët, por dhe në matjen e tregut, në promovimin e shërbimeve, në lidhjen e kontratave me klientët, në krijimin dhe përpunimin e të dhënave në ‘sistem të dhënash’ etj. ■