



2025 JOB QUALITY

X МЕЖДУНАРОДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ОПЕРАТОРОВ
КОНТАКТ-ЦЕНТРОВ УСЛОВИЯМИ ТРУДА

Апекс Берг
Контакт-Центр Консалтинг

+7 495 229-11-82

www.apexberg.ru



Общая информация.....	4
Распределение участников исследования по географии и отраслям.....	4
Распределение операторов по возрасту, полу и стажу работы в КЦ.....	5
Описание методики	7
Исследуемые параметры и компоненты.....	7
Расчет оценок по каждому из компонентов Job Quality.....	8
Расчет общего показателя Job Quality.....	9
Дополнение методики исследования с 2018 года	9
Дополнение методики исследования с 2022 года	9
Дополнение методики исследования с 2023 года	9
Ключевые выводы.....	10
Рекомендации по использованию отчета для участников исследования.....	13
Раздел 1. Бенчмаркинг.....	14
Как провести бенчмаркинг?.....	14
Диаграммы распределения общей оценки Job Quality.	14
Диаграммы Voxplot - распределение оценок компонентов Job Quality.....	23
Табличные данные по оценкам Job Quality и его компонентов.....	25
Раздел 2. Некоторые аналитические срезы.....	33
Динамика индекса Job Quality и его компонентов.....	33
Разница в оценках компонентов Job Quality операторов между операторами и менеджерами.....	35
Оценка Job Quality в зависимости от возраста и пола оператора.....	38
Зависимость оценки Job Quality и его компонентов от стажа работы оператора	40
Зависимость Job Quality от режима работы операторов	42
Оценка уровня лояльности операторов	43
Лояльность операторов в зависимости от стажа и режима работы операторов	46
Раздел 3. Детализация по компонентам Job Quality.....	48
Прозрачность целей и задач.....	48

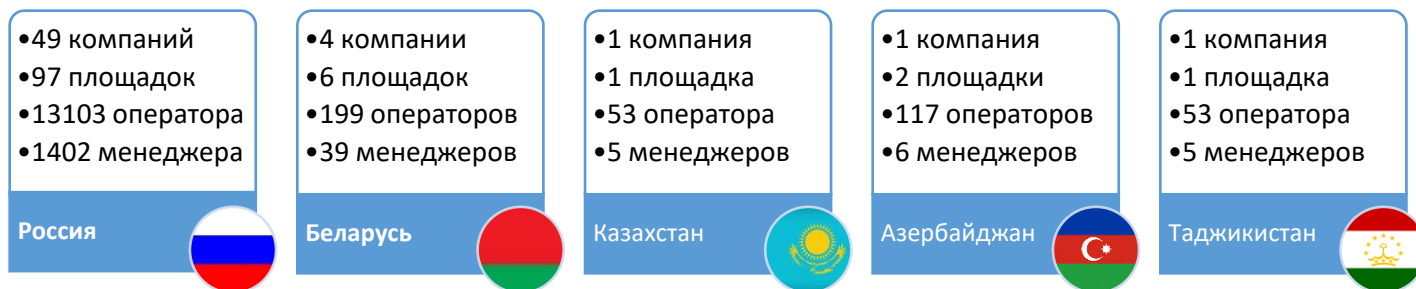
Корпоративное сотрудничество	49
Конфликт ролей	50
Отношения с руководством	51
Умение слышать клиентов	52
Умение слышать сотрудников	53
Возможности для развития	54
Удовольствие от работы	55
Инструменты для работы	56
Вовлеченность в процессы	57
Честность компании	58
Атмосфера в коллективе	59
Вознаграждение	60
Заключение	61
Информация о компании «Апекс Берг»	61

Общая информация

Данный отчет построен на основании информации, полученной по результатам X международного исследования удовлетворенности операторов контактных центров условиями труда, проведенного компанией «Апекс Берг Контакт-Центр Консалтинг». Период проведения исследования с октября 2024 года по апрель 2025 года. В исследовании приводится сравнение с результатами аналогичных ежегодных исследований, проведенных с 2015 по 2024 год.

Распределение участников исследования по географии и отраслям

В общей сложности в исследовании 2025 года приняли участие: **107** площадок контактных центров, представляющие **56** компаний из **5-ти** стран; **13536** операторов и **1460** менеджеров контактных центров.



Для проведения отраслевого бенчмаркинга, отрасли, указанные участниками при регистрации, были сведены в семь групп:

Аутсорсинг

- 5 компаний
- 5 площадок
- 308 операторов
- 72 менеджера

Банки и финансы

- 11 компаний
- 18 площадок
- 1950 операторов
- 219 менеджеров

Различные услуги

- 10 компаний
- 18 площадок
- 1092 оператора
- 193 менеджера

Страхование/ассистанс

- 2 компании
- 2 площадки
- 212 операторов
- 21 менеджер

IT и Телеком

- 10 компаний
- 30 площадок
- 9108 операторов
- 857 менеджеров

Торговля

- 6 компаний
- 6 площадок
- 268 операторов
- 31 менеджер

Медицина/фарма

- 12 компаний
- 25 площадок
- 598 операторов
- 67 менеджеров



Распределение операторов по возрасту, полу и стажу работы в КЦ

В 2025 году распределение операторов по возрасту не претерпело существенных изменений по сравнению с 2024 годом. Медиана возраста операторов – участников исследования в 2025 году составила 30 лет, наиболее частое значение (мода) – 23 года, а средний возраст – 32,4 года.

Однако, если посмотреть на динамику среднего возраста операторов (Рисунок 2) или на распределение операторов КЦ по возрасту (Рисунок 1), то заметна четкая тенденция к увеличению доли операторов более старшего возраста.

Рисунок 1. Распределение участников исследования - операторов по возрасту

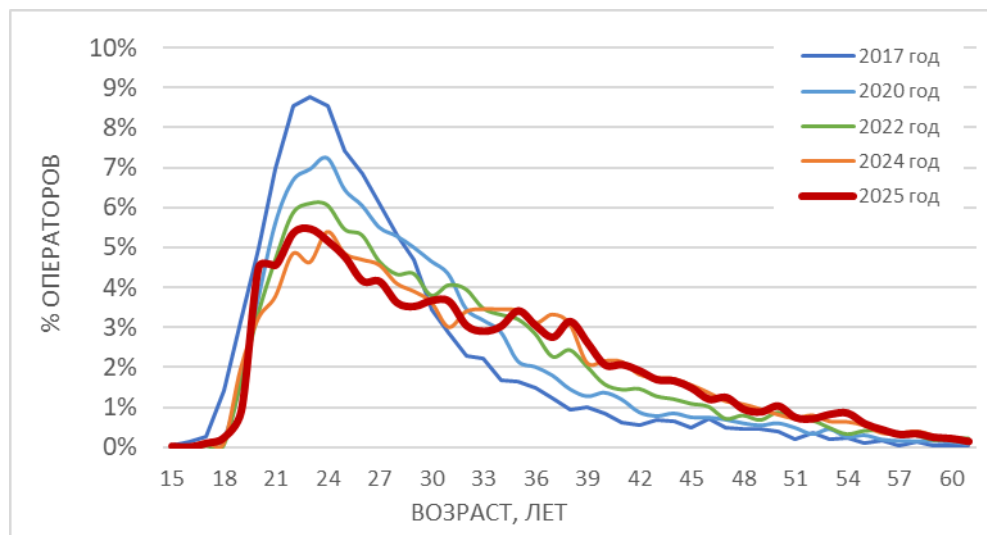
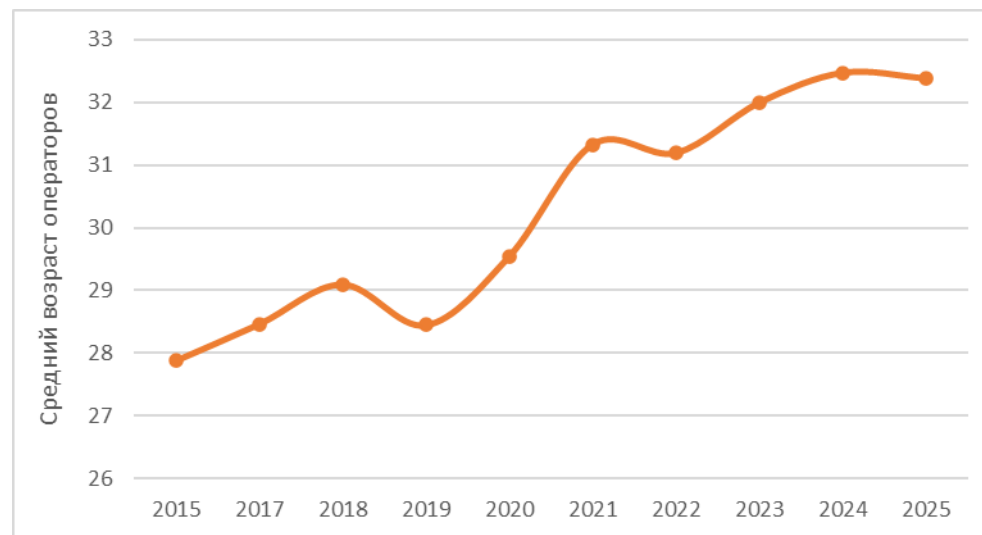


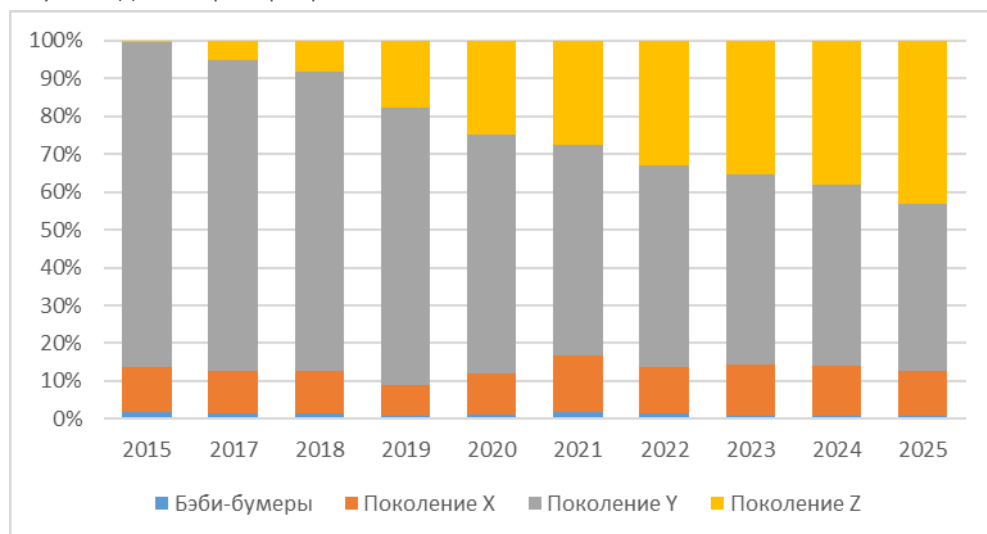
Рисунок 2. Динамика среднего возраста операторов по годам исследования



На диаграммах видно, что доля операторов самого «популярного» возраста (23 - 25 лет) непрерывно снижается, а доля операторов более старшего возраста увеличивается. Возраст, а следовательно, и профиль «типичного» оператора контакт-центра меняется с 2015 года – операторы становятся старше. Это необходимо учитывать в работе над повышением удовлетворенности операторов, поскольку, как показывают результаты исследования, операторы разного возраста по-разному оценивают условия труда. И чем старше операторы, тем удовлетворенность, как правило, ниже.

Второй важный аспект, связанный с распределением операторов по возрасту, представляет собой изменяющееся соотношение операторов разных поколений. Диаграмма, показывающая изменение долей операторов различных поколений представлена ниже (Рисунок 3). Одна из нарастающих сложностей в работе современных контакт-центров – это работа с «поколением Z». К проблемам в работе с данным поколением относят довольно много факторов: низкую толерантность к монотонной работе; ожидание быстрой обратной связи и развития; неприятие жёсткой иерархии; завышенную самооценку и ожидания; низкую приверженность стабильности; зависимость от digital-среды; скуку при классическом обучении; ориентацию на смысл и ценности; эмоциональную чувствительность к критике; быстрое выгорание при отсутствии гибкости.

Рисунок 3. Доли операторов различных поколений

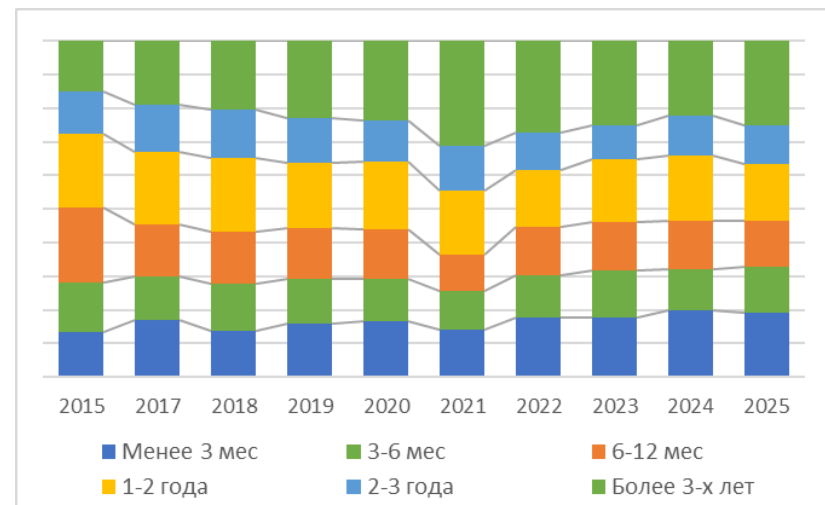


Все перечисленные выше факторы часто присутствуют в контактных центрах. Это монотонность, длительный период начального обучения, редкая обратная связь, формализованные отношения и так далее.

С учетом того, что доля сотрудников поколения Z каждый год увеличивается, а большинство руководителей и менеджмента в КЦ принадлежат к поколению X или Y, необходимо обращать особое внимание на возможный растущий «барьер» непонимания между менеджментом и операторским составом и прикладывать дополнительные усилия к тому, чтобы новички чувствовали себя в контакт-центре комфортно.

Распределение операторов по стажу работы в контакт-центрах – участников исследования практически не изменилось по сравнению с 2024 и предыдущими годами. У наибольшего количества операторов стаж составляет более трех лет – 25%, а 47% операторов имеют стаж менее 1 года.

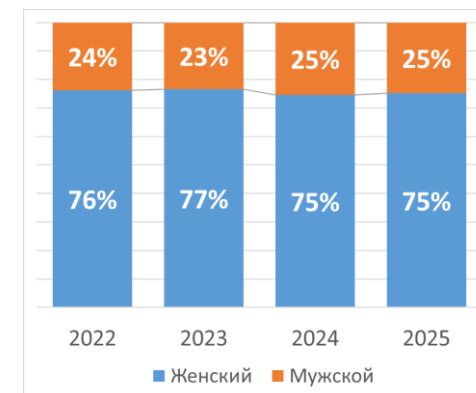
Рисунок 4. Распределение операторов по стажу работы в КЦ



В исследовании в достаточном объеме присутствуют операторы различного стажа, что позволяет в результатах исследования судить о мнении очень широкого круга операторов – как операторов - новичков, так и «старожил».

Кроме этого, в отдельных аналитических срезах будет рассмотрена зависимость удовлетворенности операторов от стажа их работы.

Рисунок 5. Распределение участников исследования – операторов по полу



Распределение операторов по полу, последние 4 года остается на традиционном для России уровне. Пропорция в 2025 году составила 25% мужчин и 75% женщин.

Описание методики

Исследование проводилось на основании результатов работы «Job Quality in the Customer Contact Center: Conceptual Foundation and Scale Development». Авторы - Z. van Dun, J. Bloemer, J. Henseler. Статья опубликована в журнале Service Industries Journal 07.02.2010 года.

Исследуемые параметры и компоненты.

Авторы методики разработали 57 параметров, которые были объединены в 12 компонентов, из которых состоит оценка уровня удовлетворенности операторов Контактных Центров условиями своего труда – Job Quality.

На основании данных параметров были составлены утверждения (1 параметр – 1 утверждение), согласие с которыми предлагалось оценить операторам Контактных Центров по шкале от 1 до 7, где 1 означает абсолютное несогласие, а 7 – полное согласие с утверждением. Таким образом каждый оператор выставил свою оценку по каждому параметру (при анализе использовались только те анкеты, где были оценены ВСЕ параметры).

Такие же вопросы по смыслу были заданы менеджерам тех же КЦ. Выяснялось мнение менеджеров о том, что думают операторы, а не оценка менеджерами параметров Job Quality. Для того, чтобы менеджеры понимали, о чем их спрашивают – вопросы были переформулированы при сохранении того же смысла.

Таблица параметров, которые объединены в компоненты и весовые значения каждого параметра указаны в таблице. (Таблица 1)

Таблица 1. Компоненты, параметры и вес параметров

№	Компонент	Параметр	Вес
1	Прозрачность целей и задач	Для Вас установлены четкие и понятные показатели (KPI), по которым оценивается Ваша работа	0,701
2		Вы знаете, что входит в ваши рабочие обязанности, а что не входит	0,850
3		Вы точно знаете, что значит хорошо выполнять свои обязанности	0,844
4		Вам хорошо объяснили - что именно от Вас требуется при выполнении своих обязанностей	0,722
5		Вы знаете, что от Вас требуется при обслуживании клиентов	0,855
6		Вы знаете, какие услуги/действия можете предоставлять/выполнять, работая с клиентом, а какие - нет	0,814
7		Вы знаете, как работать с клиентами, которые критикуют Вашу компанию	0,780
8		Вы знаете, как действовать в непредвиденных обстоятельствах и при возникновении проблем	0,779
9		Вы знаете, как работать с клиентами, которые критикуют Вас лично	0,779
10	Корпоративное сотрудничество	Все команды операторов Вашего Контактного Центра регулярно делятся между собой информацией, которая помогает вам лучше обслуживать клиентов	0,619
11		Другие подразделения Вашей компании (а не только Контактный Центр) делают все возможное, чтобы Вы могли лучше обслуживать клиентов	0,804
12		Между Вашим КЦ и другими подразделениями компании все коммуникационные процессы полностью отлажены	0,830
13		Ваш КЦ предоставляет другим подразделениям вашей компании ценную и полезную информацию, полученную от клиентов в результате их обслуживания	0,802
14		Другие подразделения Вашей компании используют в своей работе информацию, полученную от Вашего Контактного Центра	0,824
15		Другие подразделения Вашей компании всегда вовремя уведомляют Контактный Центр о своих действиях, которые важно знать для того, чтобы лучше обслуживать клиентов	0,692
16		Внутри Вашей компании все подразделения тесно взаимодействуют друг с другом	0,847
17	Качество продуктов Вашей компании и работы всех её подразделений позволяет избежать ненужных обращений от клиентов в Контактный Центр	0,656	
18	Конфликт ролей	Вам приходится многое переделывать за другими	0,598
19		Вам приходится выполнять некоторые функции, на которые у Вас нет полномочий	0,661
20		Вам приходится идти против правил для выполнения поставленных задач	0,770
21		Вам приходится взаимодействовать с двумя или более командами, стиль работы которых полностью отличается	0,699
22		Вам ставят противоречащие друг другу задачи два или более руководителя	0,750
23		Вам приходится делать то, что принимается одним руководителем, но не принимается другим	0,770

24		Вам ставят задачи, но не предоставляют инструментов для их выполнения	0,775
25		На работе Вам часто приходится заниматься какой-то ерундой	0,720
26	Отношения с руководством	Ваш руководитель верит в Вас	0,798
27		Ваш руководитель всегда Вам поможет, если возникнет такая необходимость	0,836
28		Ваш руководитель вдохновляет Вас	0,879
29		Ваш руководитель всегда объяснит Вам – что сделано не так и подскажет – как не повторять ошибок	0,855
30		Ваш руководитель воспринимает Вас всерьез	0,819
31		Ваш руководитель всегда обеспечивает Вас нужной информацией	0,815
32		Ваш руководитель хвалит Вас, если Вы что-то делаете хорошо	0,750
33	Умение слышать клиентов	Ваша компания предлагает клиентам классные продукты	0,747
34		Ваша компания постоянно поддерживает связь с клиентами, чтобы получать информацию об их потребностях	0,779
35		Ваша компания использует полученную от клиентов информацию, чтобы повысить качество продуктов и услуг	0,854
36		Ваша компания всегда принимает меры при получении жалоб от клиентов	0,815
37		Ваша компания учится распознавать "сигналы" от клиентов, на основании которых ей надо что-то менять	0,820
38	Умение слышать сотрудников	В Контактном Центре регулярно интересуются Вашим мнением о том, что можно улучшить	0,806
39		Вы всегда получаете информацию о том, полезны Ваши предложения или нет с обоснованием этого	0,934
40		Вы видите, что Ваши полезные предложения воплощаются в жизнь	0,901
41	Возможности развития	У Вас есть возможности для карьерного роста внутри компании	0,751
42		Вы чувствуете, что Ваша работа обладает смыслом	0,811
43		Ваша работа требует достаточных умственных усилий для решения интересных задач	0,903
44	Удовольствие от работы	Ваша работа достаточно разнообразна	0,861
45		Ваша работа достаточно интересна	0,91
46		Вы с коллегами часто делитесь друг с другом интересными ситуациями, встречающимися в вашей работе	0,683
47	Инструменты для работы	На Вашем рабочем месте есть все необходимое для быстрого и верного ответа на запросы клиентов	0,661
48		На Вашем рабочем месте есть все необходимое для регистрации информации о клиентском запросе	0,891
49		Между рабочими местами в Вашем Контактном Центре есть достаточно комфортное расстояние	0,847
50	Вовлеченность в процессы	У Вас есть желание и возможность проявлять инициативу	0,904
51		Ваша компания приветствует проявление инициативы	0,913
52		Вашей оценке ситуации всегда доверяют	0,811
53	Честность компании	Ваша компания является клиентоориентированной	0,862
54		Ваша компания всегда честна с клиентами	0,879
55		Ваша компания всегда честна со своими сотрудниками	0,855
56	Атмосфера в коллективе	Вам приятно работать с Вашими коллегами	0,878
57		В Вашем Контактном Центре царит хорошая атмосфера	0,920

Расчет оценок по каждому из компонентов Job Quality

На основании оценок по каждому вопросу рассчитывалась оценка интервьюируемого по каждому компоненту.

Расчет проводился как доля от максимального значения, которое может получить каждый компонент с учетом веса каждого параметра. Для этого сумма произведений оценки, которую поставил интервьюируемый по каждому вопросу, входящему в компонент, на соответствующий вес вопроса делилась на сумму произведений максимальной оценки (7) на соответствующий вес вопроса.

Чтобы легче понять, рассмотрим пример расчета оценки компонента «Атмосфера в коллективе». Предположим, что оператор оценил свое согласие с утверждением номер 56 как 5 баллов, а с утверждением 57 как 2 балла. Тогда расчет оценки компонента производится так:

$$\text{Оценка}_{\text{Атмосфера в коллективе}} = \frac{5 * 0,878 + 2 * 0,92}{7 * (0,878 + 0,92)} * 100\% = 49,5\%$$

Для компонента «Конфликт ролей» перед расчетом ответы вначале преобразовывались в обратные (1 менялась на 7, 2 на 6 и т.п.), а потом расчет проводился так же, как описано выше. Таким образом рассчитывалась оценка каждого компонента каждым интервьюируемым. Максимальная оценка может быть 100%, минимальная – 0%

Расчет общего показателя Job Quality.

Оценка удовлетворенности условиями труда *каждого оператора* (Job Quality) рассчитывалась, как среднее арифметическое оценок каждого компонента, оцененного этим оператором. Общая оценка *объекта* рассчитывалась, как среднее арифметическое оценок Job Quality каждого оператора объекта. Под объектом в данном исследовании понимается компания в целом или отдельная площадка КЦ.

Дополнение методики исследования с 2018 года

По просьбам участников исследования в 2015 и 2017 годах, методика исследования с 2018 года была дополнена еще одним компонентом «материальное стимулирование». Компонент состоит из 6 утверждений (Таблица 2). Методика расчета результата по данному компоненту соответствует общей методике расчета для остальных компонент. В 2018–2019 годах участникам предлагался выбор анкеты – с дополнительным блоком или без. В 2019 году 94% компаний выбрали анкету с блоком вопросов про материальное стимулирование. С 2020 года исследование проводится только по расширенной анкете, включающей 63 утверждения.

Таблица 2. Дополнительный компонент для проведения исследования – «Материальное стимулирование»

№	Компонент	Параметр	Вес
58	Материальное стимулирование	Вы знаете, что и как нужно делать для получения премии	0,860
59		Вы хорошо понимаете, как рассчитывается Ваша заработная плата и премия за месяц	0,840
60		В течение месяца Вы можете рассчитывать размер будущей премии на основе текущих показателей	0,760
61		Результаты Вашей персональной работы значительно влияют на размер Вашей премии	0,820
62		Оплата труда соответствует уровню Вашего профессионализма и результатам Вашей работы	0,910
63		Ваши достижения и результаты работы получают достойное признание (помимо заработной платы и премии)	0,780

Дополнение методики исследования с 2022 года

В исследовании 2021–2022 годов добавлены вопросы, связанные с лояльностью оператора по отношению к контакт-центру. Вопрос сформулирован следующим образом: «Оцените пожалуйста, какова вероятность, что вы порекомендуете Ваш контактный центр в качестве места для работы своим друзьям и знакомым? Поставьте оценку от 0 до 10, где 0 – ни при каких условиях не буду рекомендовать, 10 – обязательно порекомендую (или уже неоднократно это делал)». Для тех операторов, которые поставили оценки 9 или 10, задается дополнительный вопрос «Напишите, пожалуйста, своими словами главную причину, по которой Вы НЕ стали бы рекомендовать Ваш КЦ в качестве места для работы». Для тех операторов, которые поставили оценки от 0 до 6, задается дополнительный вопрос «Напишите пожалуйста своими словами главную причину, по которой Вы хотите рекомендовать Ваш КЦ в качестве места для работы».

Дополнение методики исследования с 2023 года

В исследовании 2022–2023 годов добавлен вопрос о режиме работы оператора. Вопрос предполагает 3 варианта ответа с точки зрения соотношения времени работы оператора в офисном или удаленном режиме работы. В настоящем отчете проводится дополнительный анализ удовлетворенности операторов в зависимости от режима работы.

Ключевые выводы

Контакт-центры всё чаще оказываются в условиях острого дефицита кадров — как среди линейных операторов, так и среди специалистов и руководителей. На фоне снижающегося количества кандидатов и растущей конкуренции за квалифицированный персонал, компании вынуждены пересматривать подходы к управлению условиями труда и вовлечённостью сотрудников. Работа с персоналом больше не может рассматриваться как внутренняя функция поддержки — это один из ключевых факторов устойчивости и развития клиентского сервиса. Уровень удовлетворённости сотрудников становится не только отражением текущего климата в компании, но и индикатором её способности удерживать, развивать и привлекать профессионалов в условиях быстро меняющегося рынка.

На основании результатов X исследования, проведенного в 2024–2025 годах, а также в сравнении с результатами предыдущих исследований, можно сделать следующие ключевые выводы:

1. Индекс Job Quality сохранил положительную динамику и в 2025 году достиг значения 86,3% (+0,7% по сравнению с 2024 годом). Наибольший рост наблюдается у компонент «Умение слышать клиентов»: +1,4%, «Честность компании»: +1,3%, «Отношения с руководством»: +1,1%. Единственный компонент, который в 2025 году продемонстрировал снижение — это «Вознаграждение». Его значение снизилось на 0,4% по сравнению с прошлым годом.
2. Наименьшее значение удовлетворенности, как и в предыдущие годы продемонстрировал компонент «Умение слышать сотрудников» - 76,5%. Наивысшее значение — 93,5% у компонента «Атмосфера в коллективе».
3. Пять утверждений, показавших наибольший рост в 2025 году:
 - «Ваша компания всегда честна с клиентами» (5,90 в 2024 году и 6,03 в 2025 году)
 - «Качество продуктов Вашей компании и работы всех её подразделений позволяет избежать ненужных обращений от клиентов в КЦ» (5,56 в 2024 году и 5,68 в 2025 году)
 - «Ваша компания учится распознавать "сигналы" от клиентов, на основании которых ей надо что-то менять» (5,78 в 2024 году и 5,89 в 2025 году)
 - «Ваша компания использует полученную от клиентов информацию, чтобы повысить качество продуктов и услуг» (5,86 в 2024 году и 5,91 в 2025 году)
 - «Ваша компания всегда принимает меры при получении жалоб от клиентов» (5,97 в 2024 году, 6,08 в 2025 году)
4. Пять утверждений, получивших минимальные оценки от операторов (в баллах по 7-бальной шкале):
 - Вы всегда получаете информацию о том, полезны Ваши предложения или нет с обоснованием этого - 5,38
 - Ваша работа достаточно разнообразна - 5,29
 - Оплата труда соответствует уровню Вашего профессионализма и результатам Вашей работы-5,22
 - Вам приходится многое переделывать за другими - 5,21
 - Вы видите, что Ваши полезные предложения воплощаются в жизнь - 5,20
5. Пять утверждений, получивших максимальные оценки от операторов (в баллах по 7-бальной шкале):
 - Вы знаете, что от Вас требуется при обслуживании клиентов - 6,73
 - Вы точно знаете, что значит хорошо выполнять свои обязанности - 6,70
 - Вы знаете, что входит в ваши рабочие обязанности, а что не входит - 6,66
 - Вам хорошо объяснили - что именно от Вас требуется при выполнении своих обязанностей - 6,65
 - Ваш руководитель всегда Вам поможет, если возникнет такая необходимость - 6,63

6. Разброс значений Job Quality по компаниям – участникам исследования составил 64,9%–99,4%. Максимальное значение индекса 99,4% (наблюдается у компании с ID 631) находится в достаточно большом отрыве от второго следующего значения – 95,7%. По мнению авторов исследования, есть вероятность преднамеренного искажения результатов операторами или менеджерами данной компании. В частности, у данной компании наибольшая доля анкет операторов с максимальными оценками по всем вопросам исследования (59%) среди всех участников исследования, что может означать простое «прокликивание» анкеты операторами. Без учета данных результатов, размах колебаний общего индекса Job Quality составляет 64,9% - 95,7%. Среднее значение индекса Job Quality по компаниям – 85,9% (-0,1% к значению 2024 года).
7. Расхождение в оценках удовлетворенности между операторами женщинами и мужчинами, которое было минимальным (0,5%) в 2019 году, к 2025 году выросло до 1,7%. Мужчины, судя по данным исследования, в контакт-центрах являются более требовательными, однако необходимо помнить, что 75% операторов – это женщины.
8. В 2025 году, как и в предыдущие годы прослеживается падение индекса на 5-6% в интервале возраста от 19 до 26-27 лет. (на этот возрастной интервал приходится около 40% всех операторов) и последующий рост индекса в интервале возрастов от 28 до 40 лет. Следует отметить, что до 2019 года зависимость индекса JQ от возраста операторов была практически незаметна, но начиная с 2020 года она стала более выраженной. Учитывая, что за последние 5 лет средний возраст операторов постепенно увеличивается, руководству контакт-центра стоит обратить внимание на существующие различия в отношении операторов разного возраста. Так как в настоящее время принимаемые контакт-центрами меры по увеличению удовлетворенности сотрудников, как правило, не учитывают возрастные особенности, может быть полезным рассмотреть возможность дифференциации этих мер в зависимости от возрастной группы.
9. Индекс удовлетворенности Job Quality, рассчитанный в разрезе поколений показывает, что как раз операторы, относящиеся к поколению Z (1997 – 2012 годы рождения) в среднем, пусть и незначительно, но меньше удовлетворены, чем сотрудники, относящиеся к поколениям X и Y. Это важно учитывать, поскольку с каждым годом в контакт-центрах появляется все больше операторов поколения Z. В 2025 году их доля составляет 43%.
10. По сравнению с 2023 и 2024 годами индекс «розовых очков» не продемонстрировал значительных изменений и находится на уровне 20%. Менеджеры 11-ти компаний носят «розовые очки» по поводу уровня Job Quality их операторов. Причем у четырех компаний (идентификаторы 589, 599, 641, 602) разница в оценках превышает 10%, что означает огромный разрыв в понимании менеджментом реальной картины того, как сами операторы оценивают свою удовлетворенность различными факторами. У 6 компаний из 11, входящих в индекс «розовых очков», значение Job Quality находится на уровне ниже среднего значения: это компании, с ID 589, 593, 599, 602, 627, 641. Причем все эти пять компаний входят в нижний квартиль (25% компаний с наименьшим значением Job Quality). Менеджменту этих компаний рекомендуется критическим образом пересмотреть свое отношение к удовлетворенности операторов и пониманию реальных факторов, которые волнуют операторов КЦ. Еще 4 компании демонстрируют значения Job Quality между 3 квартилем и средним значением (компании с идентификаторами 609, 615, 628, 635). И только одна компания, входящая в индекс «розовых очков», продемонстрировала значение Job Quality выше 3 квартиля.
11. Зависимость удовлетворенности операторов от стажа работы в 2025 году сохранилась. Уровень удовлетворенности у операторов со стажем работы менее 3-х месяцев (например, на испытательном сроке) является максимальным. Затем с увеличением стажа работы операторов наблюдается падение индекса. Минимальное значение приходится на операторов со стажем работы (от 2 до 3 лет). У операторов со стажем более 3 лет наблюдается небольшой рост удовлетворенности (чего не наблюдалось в прошлогодних результатах). Полученные результаты говорят о важности дифференциации мероприятий по увеличению удовлетворенности операторов в зависимости от стажа их работы. Как минимум, в КЦ необходимо более «трепетно» относиться к сотрудникам со стажем более 1-2 лет. Ценность оператора по мере роста его стажа безусловно растет. Также растет стоимость замены такого оператора в случае его увольнения. Но вместе с этим падает удовлетворенность условиями труда, что негативно может повлиять на результаты работы операторов и их отток из компании.

12. Как видно из диаграммы, удовлетворенность операторов, работающих полностью или преимущественно на удаленном режиме работы незначительно, но выше, чем у операторов, работающих преимущественно в офисе. Разница составляет 1,4%. В прошлом году эта разница составляла 0,8%. Важно отметить, что более высокая удовлетворенность у сотрудников, работающих удаленно проявилась только у 50% компаний – участников исследования (из тех, у кого есть операторы и на офисном, и на удаленном режиме). Поэтому делать выводы о том, что сотрудники на удаленном режиме всегда менее удовлетворены, чем их офисные коллеги, преждевременно! По мнению авторов исследования, важнее обратить внимание на собственные результаты и, если есть существенные различия для офисных и удаленных операторов, находить и устранять причину этих различий.
13. Абсолютное значение показателя eNPS в 2025 году составило 25,4%. По сравнению с 2024 годом индекс вырос на 2,5%. Степень корреляции eNPS и индекса Job Quality достаточно высокая. Это означает, что чем менее довольны операторы, тем в меньшей степени они будут рекламировать свой контактный центр как место для работы.

Рекомендации по использованию отчета для участников исследования

Настоящее исследование позволяет провести реальный бенчмаркинг – то есть сравнить результаты своего КЦ с показателями остальных участников. В том числе исследование позволяет провести сравнение результатов с компаниями внутри отрасли.

Каждая компания – участник исследования получает:

1. Данные по своим площадкам КЦ в виде, подготовленном для последующего использования в сводных таблицах для более глубокого анализа.
2. ID компании — для того, чтобы найти свою компанию в отчете
3. ID площадки — это необходимо для тех участников, которые представлены несколькими площадками. **ВНИМАНИЕ!** – если у Вас только одна площадка – это не означает, что её ID совпадает с ID компании – поэтому не забудьте учесть это при бенчмаркинге по площадкам.

Аналитическая часть отчета состоит из трех разделов:

Раздел 1. Бенчмаркинг

Раздел 2. Некоторые аналитические срезы.

Раздел 3. Детализация по компонентам Job Quality

В разделе «Бенчмаркинг» участники исследования смогут провести сравнение показателя Job Quality и его компонентов своей компании с соответствующими показателями других участников, а также со следующими статистическими параметрами:

1. Максимум рассматриваемого набора – 4-й квартиль
2. 3-й квартиль — это такое число, что 75% от общего количества элементов рассматриваемого набора меньше его значения
3. 2-й квартиль — это такое число, что 50% от общего количества элементов рассматриваемого набора – меньше его значения (медиана)
4. 1-й квартиль — это такое число, что 25% от общего количества элементов рассматриваемого набора меньше его значения
5. Минимум рассматриваемого набора
6. Среднее арифметическое рассматриваемого набора

В разделе «Некоторые аналитические срезы» приведены результаты детализированного анализа общего индекса Job Quality, различных компонентов Job Quality, показателя лояльности операторов eNPS.

В разделе «Детализация по компонентам Job Quality» приведены оценки по конкретным вопросам каждого компонента, отраслевые срезы, срезы по режиму работы операторов, а также средние оценки компонента по полу участника. Также справочно приведены средние значения оценок компонентов по странам и городам с самым высоким и низким значениями оценки по компоненту JQ. Необходимо обратить внимание на то, что количество участников в отдельных странах и городах является низким, и данные по отдельным странам и городам нельзя считать достаточно точными.

Раздел 1. Бенчмаркинг

Как провести бенчмаркинг?

Данные для бенчмаркинга в настоящем разделе отчета представлены в таблицах и диаграммах, где вы сможете найти:

1. Показатель оценки Job Quality и его компонентов по своей компании и/или площадке.

Идентифицируйте показатели своей компании и ее площадок по предоставленным ID (*ID Вашей компании может не совпадать с ID Вашей площадки*). После этого Вы сможете сравнить их с соответствующими показателями всех других компаний и площадок.

2. Показатель разницы уровня Job Quality и его компонентов для операторов с разных точек зрения – самих операторов и их менеджеров. Вы сможете сравнить его с соответствующими показателями всех других компаний - участников исследования.
3. Статистические параметры распределения данных – квартили и средние значения – с которыми Вы сможете сравнить свои показатели с этими параметрами, чтобы определить уровень соответствующего параметра Вашей компании по сравнению со статистическими показателями рынка. Интерпретировать значения параметров Вашей компании можно следующим образом:
 - 3.1. Если параметр Вашего КЦ и/или площадки находится в пределах между максимумом и 3-м квартилем – это означает, что Ваш КЦ/площадка входят в число 25% компаний, показавших наиболее высокие результаты.
 - 3.2. Если Ваш параметр находится ниже 3-го квартиля и выше медианы – это значит, что Вы в числе лучшей половины, но не входите в ТОП 25% компаний.
 - 3.3. Если Ваш параметр находится ниже медианы, но выше 1-го квартиля – значит Вы в числе худшей половины компаний, участвовавших в исследовании, но все же не входите в число 25% самых худших.
 - 3.4. Если Ваш параметр находится ниже 1-го квартиля – значит Ваш КЦ находится среди худших 25% компаний.

Диаграммы распределения общей оценки Job Quality.

Ниже представлены диаграммы, на которых отображено распределение показателя общей оценки Job Quality каждой компании, участвовавшей в исследовании. В представленных ниже диаграммах расчет Job Quality производился только на основании данных, полученных у операторов КЦ

Рисунок 6 представляет диаграмму по всем компаниям, участвовавшим в исследовании. Рисунок 7 - Рисунок 13– представлены диаграммы-срезы по отраслям компаний, участвовавших в исследовании. Каждой компания присвоен свой ID.

Расположение компаний по горизонтали несущественно с точки зрения бенчмаркинга. Оно осуществлено в соответствии с увеличением номера ID – и только для того, чтобы можно было легко отыскать на графике свою компанию. Для сравнения следует использовать относительное расположение сверху вниз, которое обозначено в соответствии с уровнем Job Quality компании-участника.

На каждом из графиков (Рисунок 6 - Рисунок 13) слева представлены расчетные значения квартилей общего значения Job Quality (Минимум, 1-й квартиль, медиана, 3-й квартиль, максимум, а также среднее арифметическое)

Рисунок 6. Анализ разброса значений Job Quality – **ВСЕ УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ**. N=56

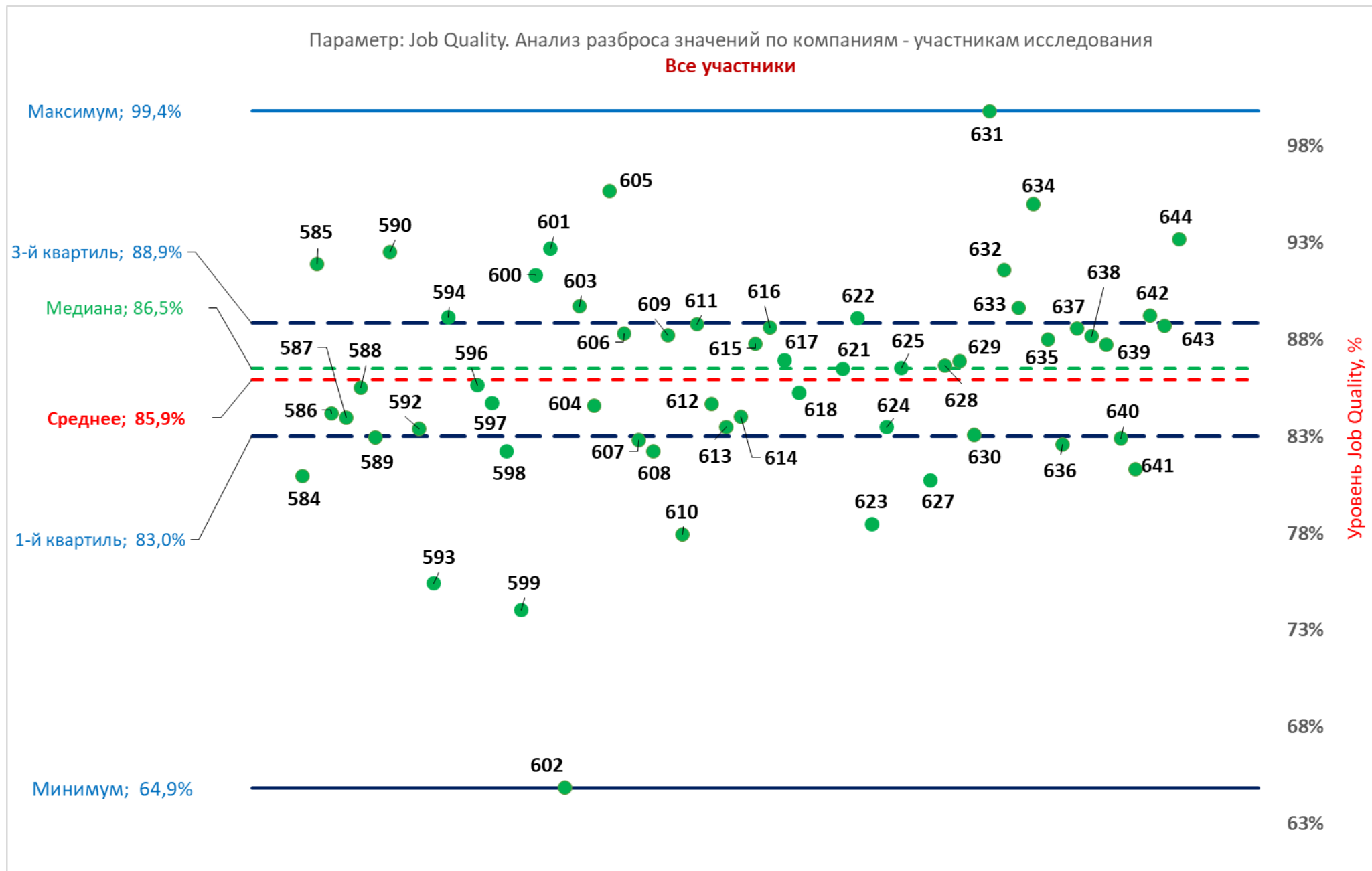


Рисунок 7. Анализ разброса значений Job Quality – **АУТСОРСИНГОВЫЕ КОНТАКТНЫЕ ЦЕНТРЫ**. N=5. Расчет статистических параметров – N=56

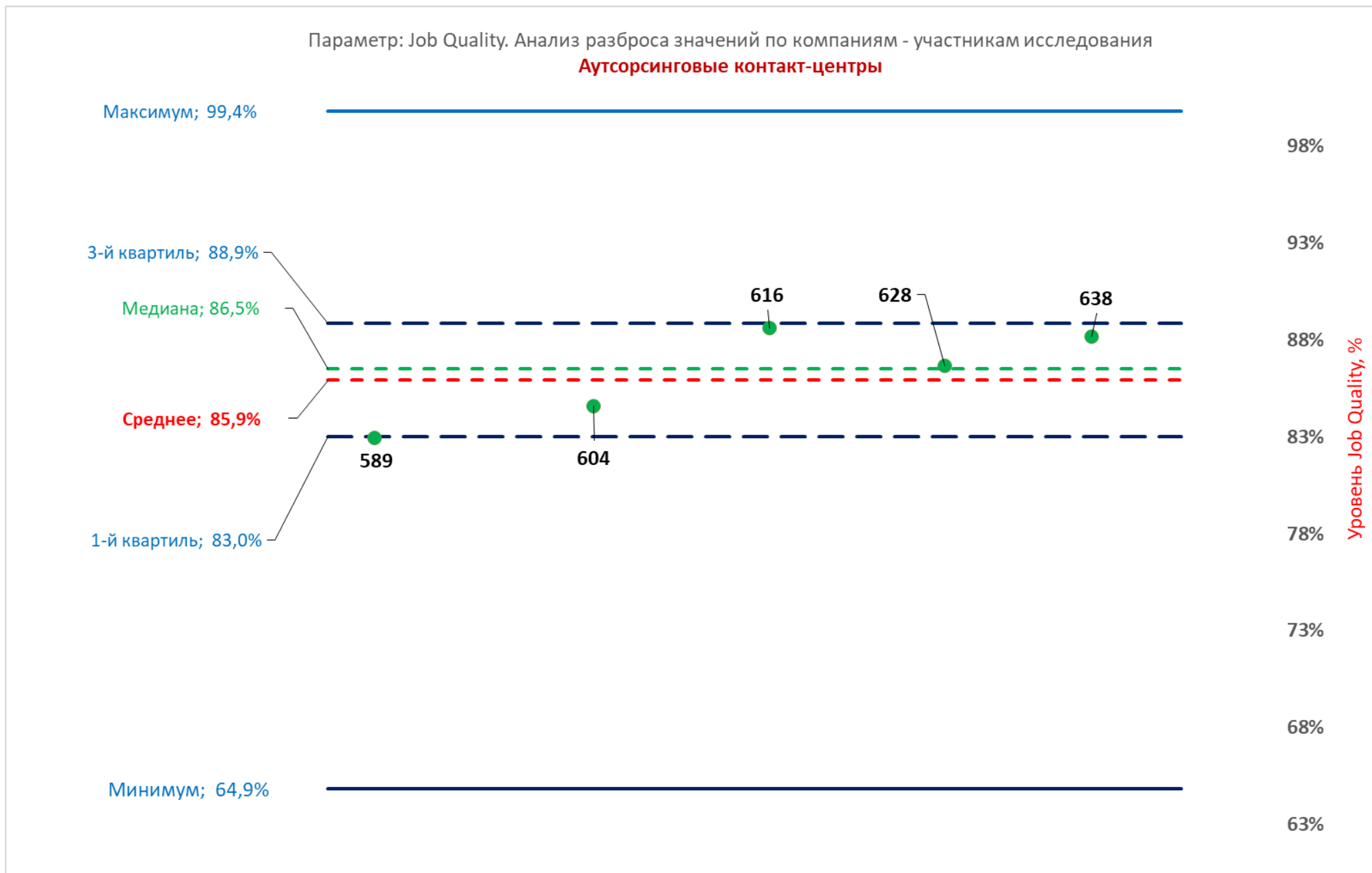


Рисунок 8 Анализ разброса значений Job Quality – **БАНКОВСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ**. N=11. Расчет статистических параметров – N=56

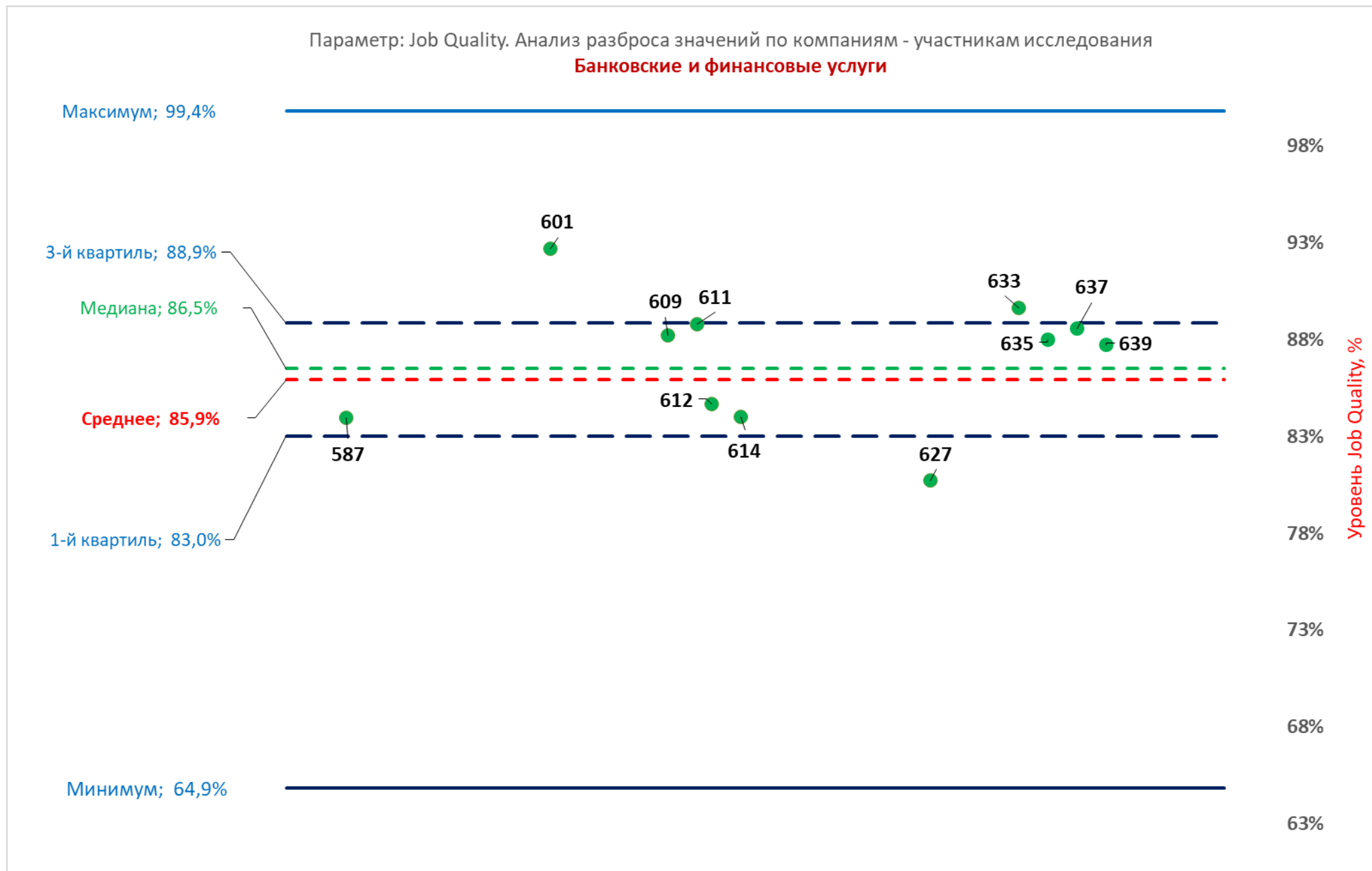


Рисунок 9 Анализ разброса значений Job Quality – **РАЗЛИЧНЫЕ УСЛУГИ**. N=10. Расчет статистических параметров – N=56

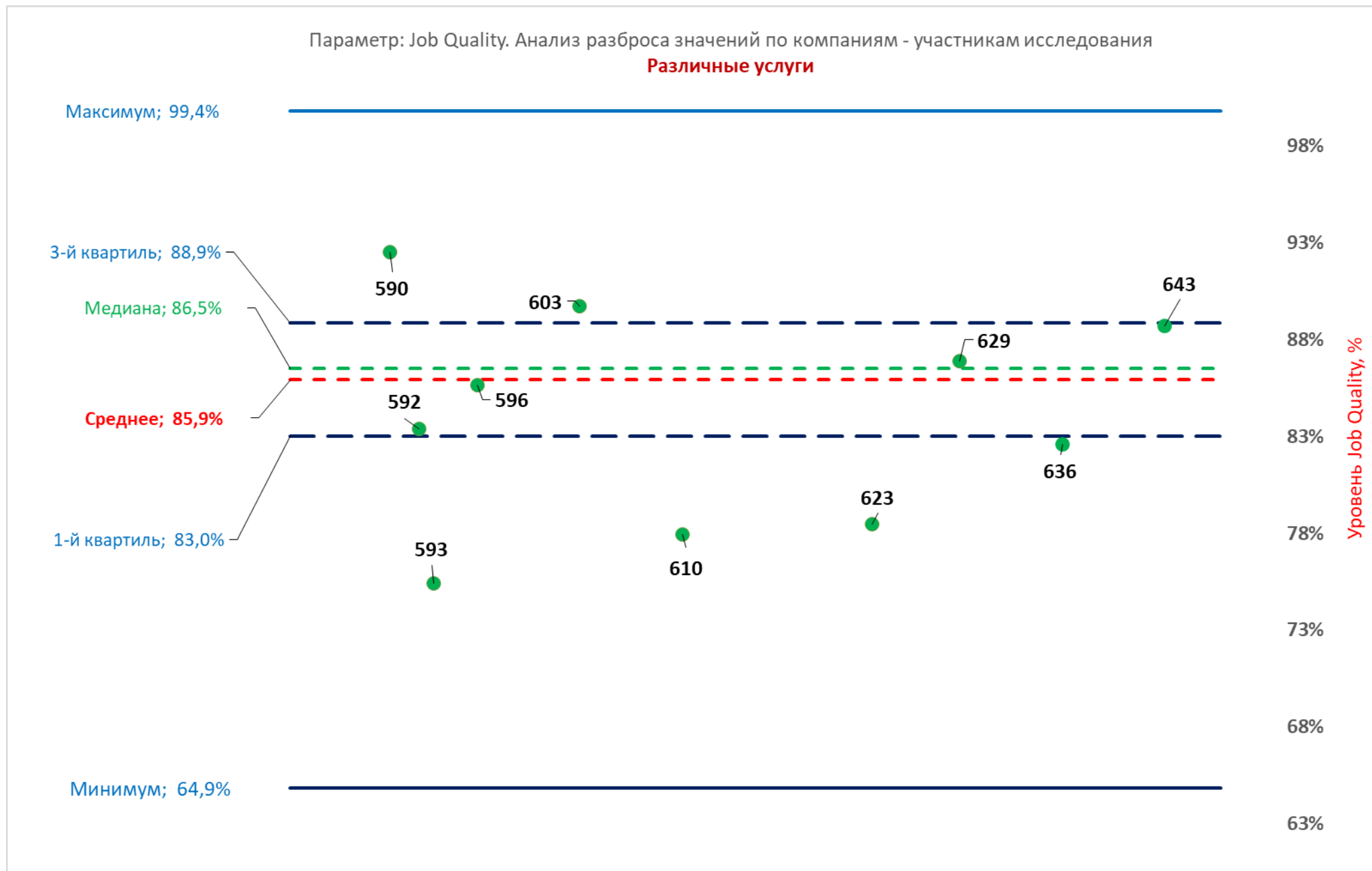
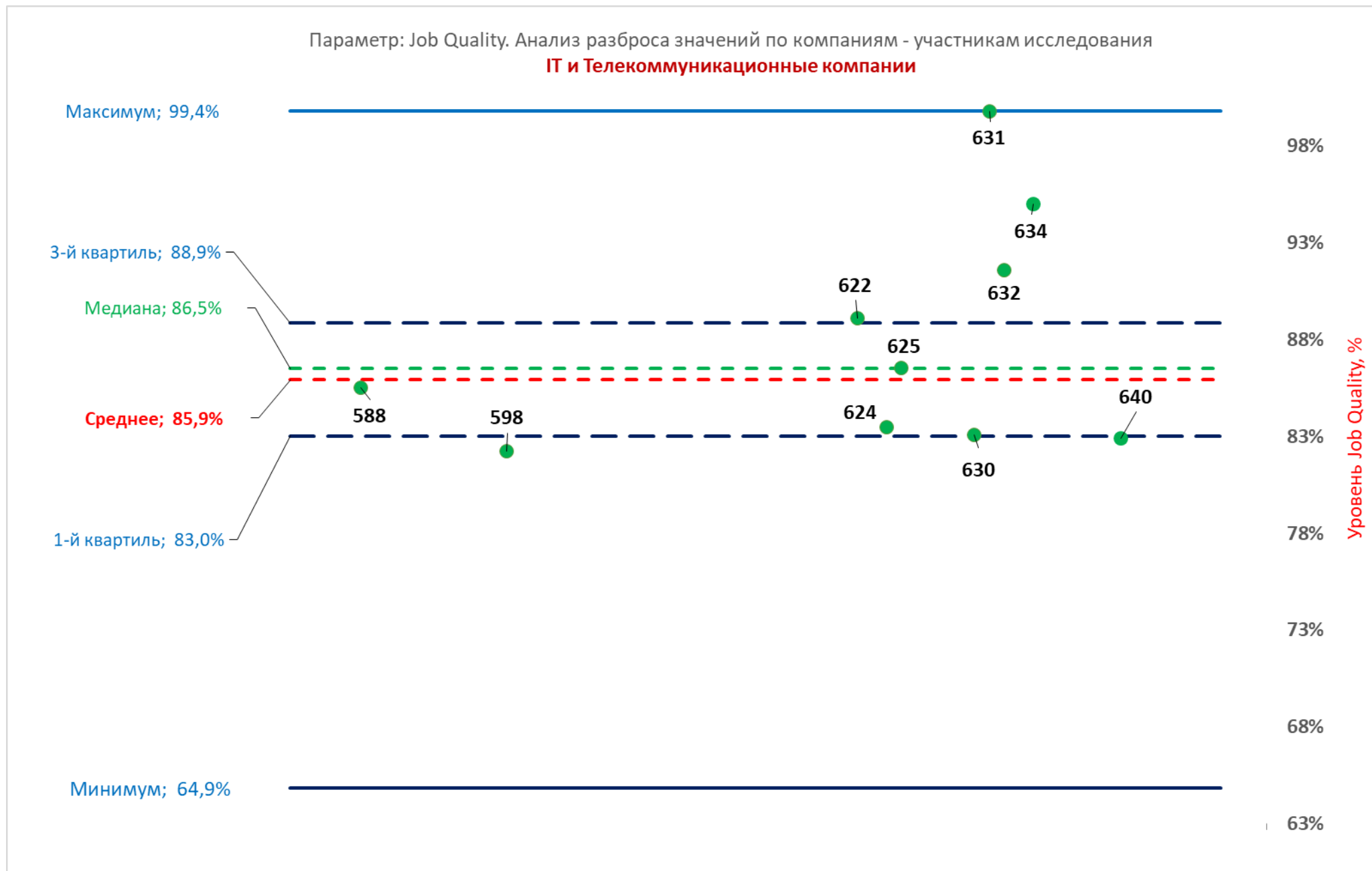
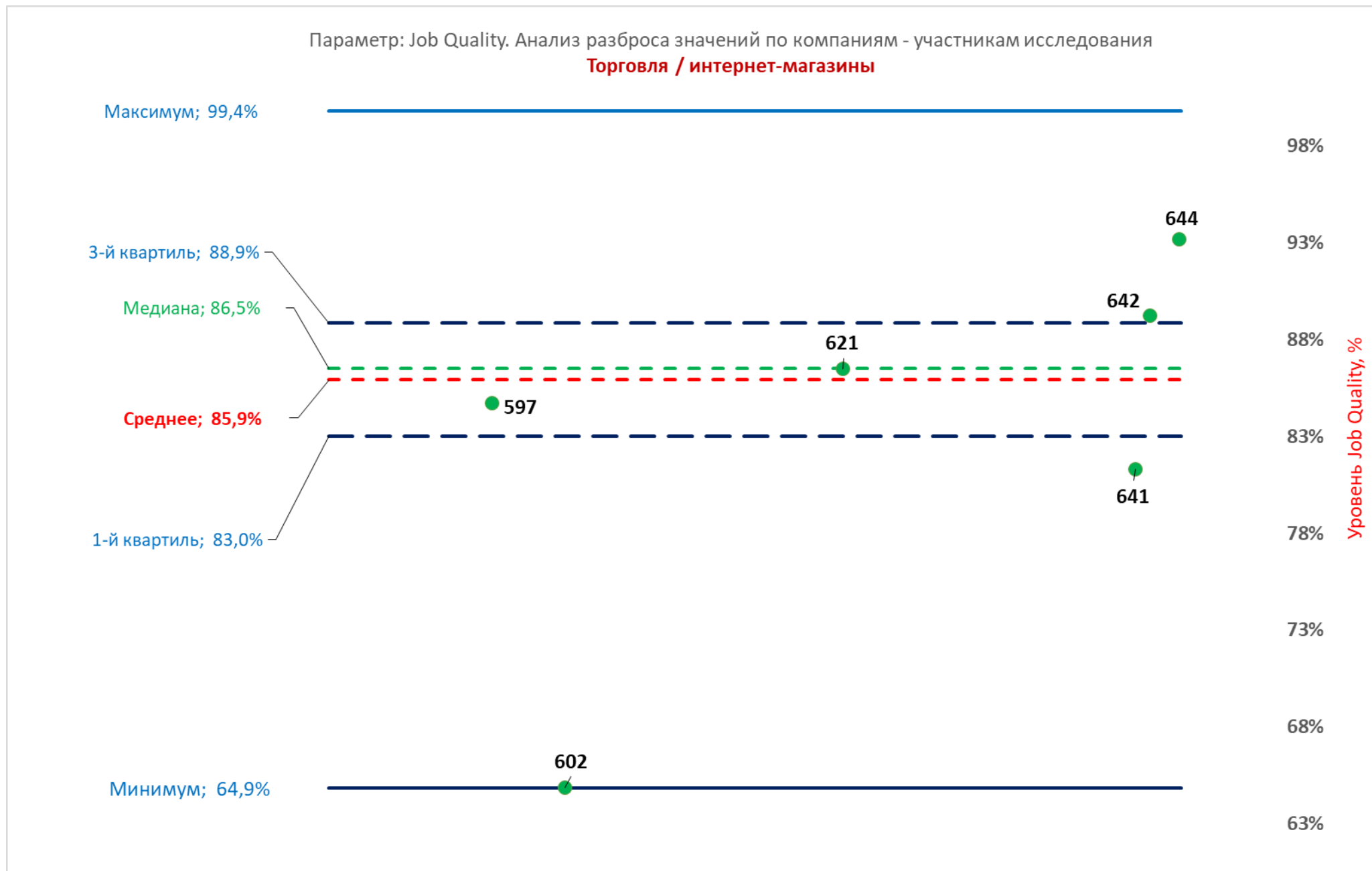


Рисунок 10 Анализ разброса значений Job Quality – **ИТ и ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ**. N=10. Расчет статистических параметров – N=56





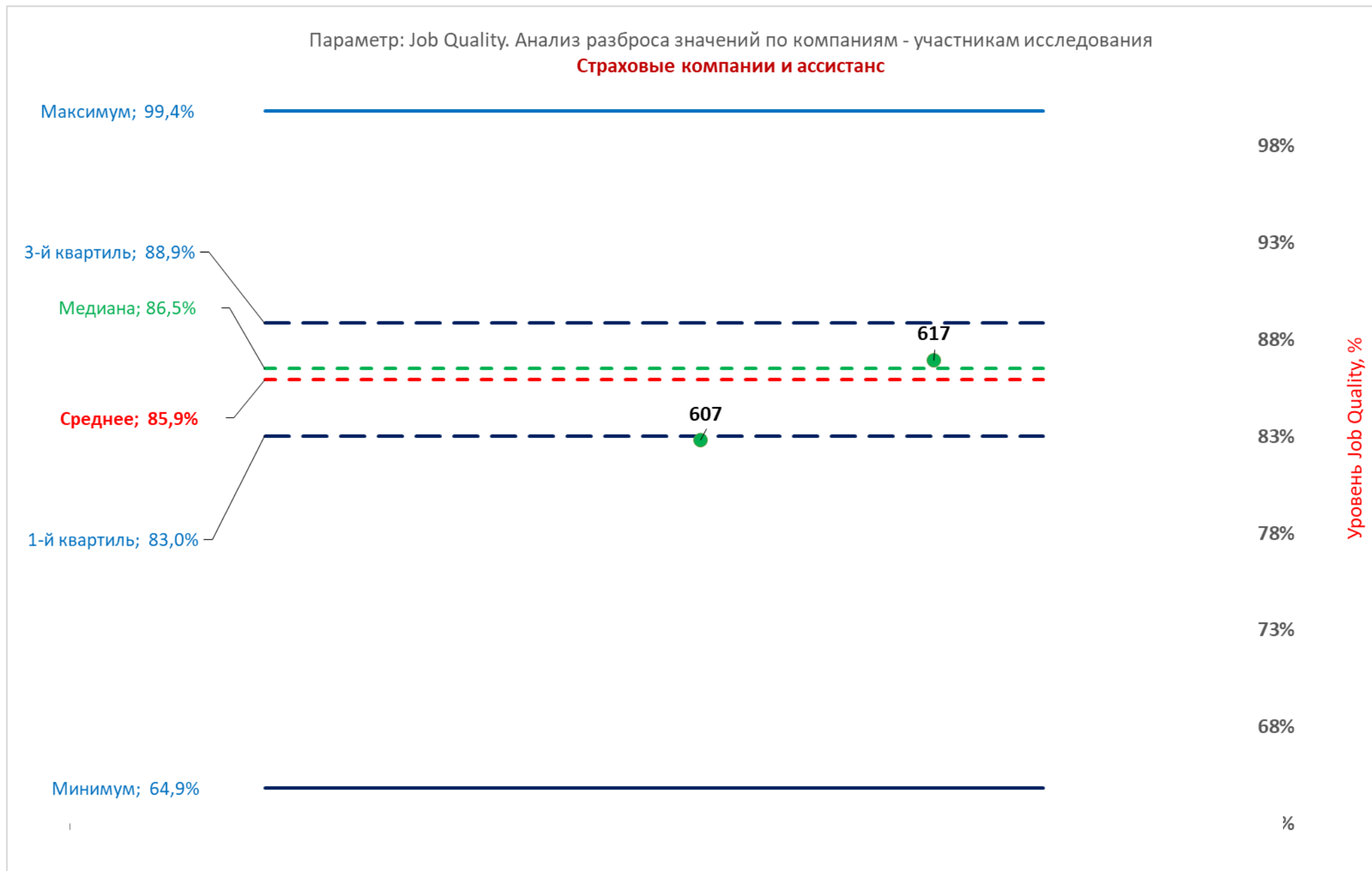
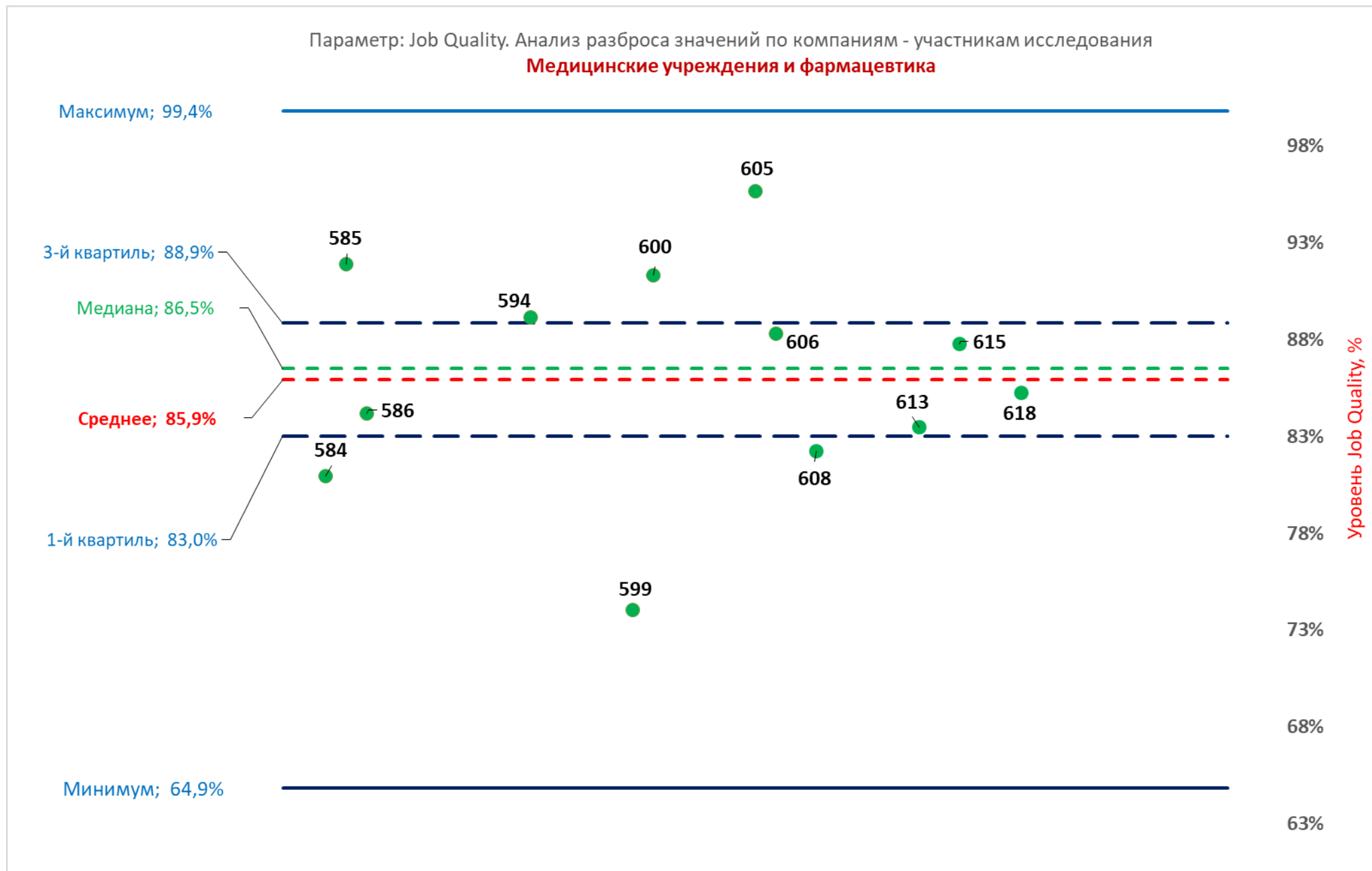


Рисунок 13 Анализ разброса значений Job Quality – МЕДИЦИНА И ФАРМАЦЕВТИКА. N=12. Расчет статистических параметров – N=56



Диаграммы Boxplot - распределение оценок компонентов Job Quality.

Рисунок 14. Диаграмма Boxplot, используемая в отчете



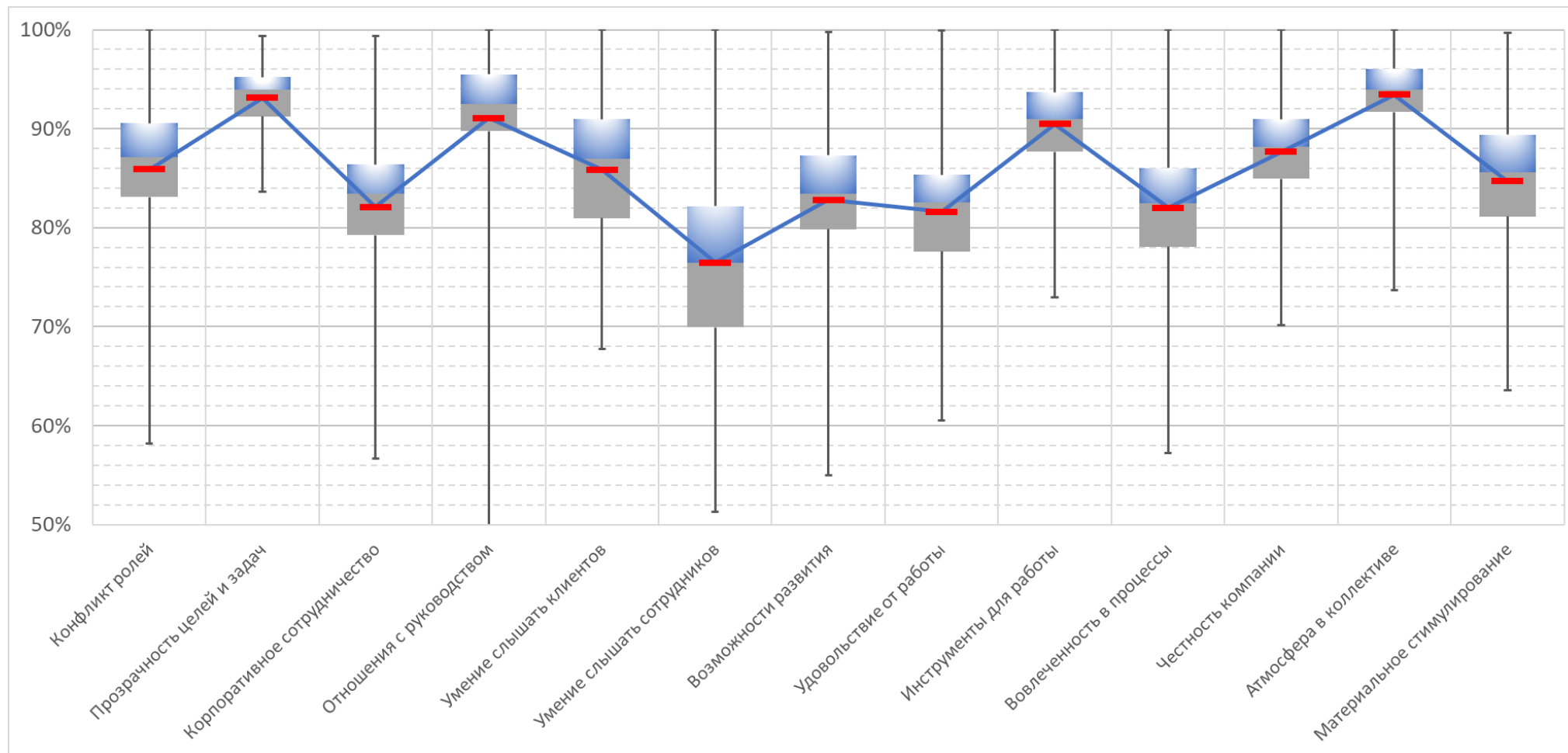
Ниже на графиках результаты квартильного анализа представлены в виде диаграмм Boxplot (Рисунок 14). Значения статистических параметров отображены на диаграмме так, как показано на рисунке. Для удобства численные значения квартилей, медианы, а также средние значения также приводятся в табличном виде.

В Таблице 3 представлены точные численные данные статистических параметров, используемых в анализе. На диаграмме представлены результаты анализа по каждому из компонентов, составляющих оценку Job Quality (Рисунок 15).

Таблица 3. Данные по статистическим параметрам компонентов Job Quality операторов Оценка самих операторов. N=56

Статистические параметры	Конфликт ролей	Прозрачность целей и задач	Корпоративное сотрудничество	Отношения с руководством	Умение слышать клиентов	Умение слышать сотрудников	Возможность и развития	Удовольствие от работы	Инструменты для работы	Вовлеченность в процессы	Честность в компании	Атмосфера в коллективе	Материальное стимулирование
Минимум	58,2%	83,6%	56,7%	40,7%	67,7%	51,3%	55,0%	60,5%	73,0%	57,3%	70,1%	73,7%	63,6%
1-й квартиль	83,1%	91,2%	79,2%	89,7%	80,9%	69,9%	79,8%	77,6%	87,7%	78,1%	84,9%	91,7%	81,1%
Медиана	87,1%	94,0%	83,4%	92,5%	86,9%	76,4%	83,5%	82,5%	90,9%	82,5%	88,2%	93,9%	85,6%
3-й квартиль	90,5%	95,2%	86,4%	95,5%	91,0%	82,2%	87,3%	85,3%	93,7%	86,0%	91,0%	96,1%	89,4%
Максимум	100,0%	99,4%	99,3%	100,0%	100,0%	100,0%	99,8%	99,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,7%
Среднее значение	85,9%	93,1%	82,1%	91,1%	85,9%	76,5%	82,8%	81,6%	90,5%	82,0%	87,7%	93,5%	84,7%

Рисунок 15. Диаграмма Voхplot для бенчмаркинга по компонентам Job Quality. N=56



Табличные данные по оценкам Job Quality и его компонентов.

Ниже представлены таблицы с данными, рассчитанными по каждому компоненту и показателю Job Quality в целом для каждого участника исследования. Данные отсортированы по убыванию значения показателя Job Quality. В первом столбце таблиц указан ID компаний или ID площадок – участников исследования.
ВНИМАНИЕ – ID компании не совпадает с ID площадки.

Значение N означает количество данных, которые были обработаны при проведении анализа, результаты которого представлены в соответствующей таблице или диаграмме.

Таблица 4. Результаты расчетов Job Quality и его компонентов для проведения бенчмаркинга. Данные по компаниям. N=56

Таблица 5. Результаты расчетов Job Quality и его компонентов для проведения бенчмаркинга. Данные по площадкам. N=107.

Таблица 4. Результаты расчетов Job Quality и его компонентов для проведения бенчмаркинга. **Данные по компаниям.** N=56

ID	Конфликт ролей	Прозрачность целей и задач	Корпоративное сотрудничество	Отношения с руководством	Умение слышать клиентов	Умение слышать сотрудников	Возможности развития	Удовольствие от работы	Инструменты для работы	Вовлеченность в процессы	Честность компании	Атмосфера в коллективе	Материальное стимулирование	JOB QUALITY+
631	100,0%	99,4%	99,3%	99,6%	100,0%	99,9%	99,8%	99,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,7%	99,8%
605	97,5%	97,5%	93,2%	98,9%	97,0%	96,7%	93,7%	86,2%	98,2%	94,4%	97,3%	98,8%	93,9%	95,7%
634	98,8%	96,5%	92,2%	97,2%	93,2%	94,7%	92,3%	92,2%	97,5%	93,0%	95,2%	98,1%	94,0%	95,0%
644	87,5%	93,6%	84,3%	100,0%	94,1%	100,0%	80,3%	97,4%	97,8%	97,8%	88,0%	100,0%	90,4%	93,2%
601	92,1%	96,3%	91,0%	96,4%	92,3%	89,3%	92,7%	88,8%	93,6%	90,3%	92,8%	96,6%	93,3%	92,7%
590	93,5%	95,4%	88,7%	97,1%	95,0%	94,3%	88,0%	84,1%	95,4%	90,1%	94,4%	95,8%	91,1%	92,5%
585	94,0%	94,0%	85,0%	96,6%	93,7%	89,5%	89,1%	84,2%	94,4%	90,1%	96,3%	97,0%	90,7%	91,9%
632	88,5%	97,9%	88,0%	95,9%	89,6%	84,5%	88,6%	91,2%	94,1%	89,7%	92,1%	98,6%	92,0%	91,6%
600	84,9%	95,1%	79,4%	97,1%	92,5%	82,0%	89,4%	89,5%	95,4%	90,6%	95,2%	100,0%	96,1%	91,3%
603	91,2%	92,5%	87,0%	92,5%	93,3%	84,7%	83,3%	80,8%	94,5%	86,7%	94,9%	96,0%	89,4%	89,8%
633	90,4%	93,9%	86,3%	93,8%	92,2%	83,2%	89,5%	85,2%	89,6%	87,7%	91,7%	93,7%	88,0%	89,6%
642	86,2%	96,2%	83,5%	96,5%	91,0%	81,9%	83,6%	86,8%	93,2%	83,6%	90,8%	95,8%	90,9%	89,2%
594	85,0%	94,9%	86,1%	99,4%	90,9%	86,2%	84,5%	86,8%	89,5%	82,0%	91,4%	97,8%	84,5%	89,2%
622	84,9%	94,5%	88,2%	95,8%	88,2%	81,9%	89,7%	82,4%	92,6%	86,7%	90,7%	95,4%	87,3%	89,1%
611	90,4%	94,4%	86,1%	95,1%	86,3%	76,8%	90,7%	82,8%	92,4%	86,0%	88,1%	95,3%	90,1%	88,8%
643	93,0%	94,3%	85,2%	95,2%	87,5%	77,9%	89,2%	82,8%	92,2%	84,4%	89,5%	94,6%	87,3%	88,7%
616	93,9%	96,4%	87,1%	94,9%	85,9%	76,2%	87,1%	85,6%	96,4%	82,4%	87,7%	95,3%	83,0%	88,6%
637	91,6%	91,7%	86,0%	87,7%	89,8%	71,7%	90,7%	89,4%	92,0%	85,3%	92,2%	97,9%	85,3%	88,6%
606	92,3%	96,3%	86,6%	93,0%	85,2%	73,4%	83,0%	86,6%	95,5%	82,7%	86,9%	99,7%	86,8%	88,3%
609	90,3%	95,7%	85,5%	95,7%	89,7%	80,8%	84,7%	78,2%	89,5%	86,4%	89,4%	94,4%	86,5%	88,2%

638	89,3%	93,8%	88,0%	90,8%	91,8%	76,7%	80,9%	85,3%	95,8%	84,5%	91,7%	92,0%	86,1%	88,2%
635	88,1%	94,7%	85,6%	93,7%	87,2%	77,5%	88,7%	78,5%	90,8%	85,1%	90,0%	94,9%	89,5%	88,0%
615	85,1%	95,0%	87,8%	93,9%	91,1%	79,8%	85,0%	84,7%	85,2%	80,4%	89,7%	97,4%	86,3%	87,8%
639	93,3%	94,5%	85,0%	92,2%	89,7%	82,6%	79,1%	76,1%	88,9%	83,8%	90,7%	96,3%	88,0%	87,7%
617	86,3%	92,0%	83,6%	92,2%	86,7%	79,2%	84,7%	82,6%	93,2%	83,2%	86,6%	94,0%	85,9%	86,9%
629	84,7%	95,3%	83,9%	93,9%	82,0%	77,5%	84,8%	86,3%	93,0%	83,6%	85,5%	94,5%	84,7%	86,9%
628	85,4%	96,2%	72,8%	87,2%	88,2%	96,3%	81,5%	78,5%	91,1%	81,3%	89,5%	97,1%	81,6%	86,7%
625	86,3%	93,1%	81,7%	91,3%	87,8%	79,6%	84,4%	84,5%	91,5%	84,0%	90,4%	90,9%	79,8%	86,6%
621	90,0%	95,0%	88,3%	90,7%	91,6%	65,1%	82,7%	78,8%	95,9%	77,0%	92,1%	90,8%	86,2%	86,5%
596	90,5%	97,1%	83,3%	90,7%	82,9%	71,9%	78,7%	75,7%	95,4%	82,5%	88,6%	85,2%	91,1%	85,7%
588	88,6%	92,7%	83,5%	92,5%	87,5%	74,2%	84,1%	75,2%	90,5%	81,5%	87,5%	93,9%	79,8%	85,5%
618	90,6%	90,6%	88,3%	91,4%	90,1%	71,5%	81,4%	76,1%	89,4%	75,8%	89,4%	92,8%	81,2%	85,3%
597	81,0%	92,9%	80,3%	94,3%	81,0%	76,8%	84,0%	77,7%	87,3%	82,1%	84,3%	93,0%	86,6%	84,7%
612	84,4%	91,1%	82,6%	91,7%	84,0%	71,6%	82,2%	77,0%	92,4%	80,0%	88,1%	91,7%	84,4%	84,7%
604	83,9%	94,7%	83,2%	92,6%	86,2%	71,2%	79,6%	82,6%	91,1%	79,9%	86,9%	90,0%	77,8%	84,6%
586	87,7%	95,6%	76,6%	87,5%	85,8%	68,2%	80,7%	84,8%	86,1%	76,5%	89,1%	93,3%	82,5%	84,2%
614	87,8%	89,3%	76,2%	91,0%	75,9%	75,7%	85,2%	79,6%	92,7%	86,2%	88,2%	89,5%	74,9%	84,0%
587	89,4%	90,6%	79,2%	94,4%	82,9%	69,8%	82,8%	76,5%	90,3%	77,8%	85,2%	92,8%	79,6%	84,0%
624	83,3%	92,6%	81,8%	91,3%	79,4%	73,6%	82,4%	77,4%	89,8%	79,0%	81,3%	91,8%	81,4%	83,5%
613	67,9%	93,4%	80,8%	93,2%	89,5%	72,6%	73,2%	86,5%	90,8%	64,8%	85,1%	94,6%	92,7%	83,5%
592	88,5%	93,3%	81,3%	89,3%	75,8%	69,4%	79,8%	75,3%	90,4%	78,2%	84,5%	93,1%	85,3%	83,4%
630	81,1%	94,9%	82,1%	95,4%	78,4%	65,4%	79,2%	73,8%	88,4%	83,5%	83,9%	92,8%	80,8%	83,1%
589	86,6%	85,1%	79,2%	80,6%	77,1%	85,0%	83,0%	78,9%	89,2%	80,0%	86,9%	85,7%	80,8%	82,9%
640	66,5%	94,9%	83,2%	87,7%	78,0%	72,4%	83,8%	82,2%	86,9%	83,6%	81,8%	90,3%	86,5%	82,9%
607	82,0%	87,5%	73,8%	90,8%	79,6%	71,2%	84,0%	85,0%	84,9%	81,6%	85,7%	92,0%	78,7%	82,8%
636	79,8%	91,5%	74,8%	89,9%	79,7%	70,0%	84,4%	79,6%	86,9%	78,8%	81,0%	91,6%	85,9%	82,6%
608	58,2%	90,1%	66,8%	99,8%	87,7%	79,1%	77,0%	82,7%	84,5%	77,8%	86,3%	95,5%	84,0%	82,3%
598	79,6%	91,3%	80,3%	89,6%	83,4%	69,2%	80,5%	77,7%	84,0%	77,6%	84,1%	89,4%	82,7%	82,3%
641	82,3%	90,4%	73,4%	82,7%	84,9%	65,1%	70,0%	75,0%	87,8%	76,9%	89,6%	93,5%	85,3%	81,3%
584	78,5%	90,2%	77,7%	89,8%	85,9%	61,5%	79,0%	80,4%	83,5%	75,8%	83,9%	88,7%	77,5%	80,9%
627	71,3%	91,1%	80,4%	88,9%	77,2%	69,0%	79,9%	78,7%	81,3%	82,0%	78,6%	92,4%	78,7%	80,7%
623	94,0%	95,1%	68,0%	81,5%	67,7%	59,6%	71,9%	62,2%	92,9%	73,0%	74,2%	94,8%	85,2%	78,5%
610	84,9%	84,6%	78,5%	84,2%	80,7%	59,3%	66,7%	84,8%	79,2%	71,9%	84,5%	88,3%	65,4%	77,9%
593	77,9%	88,7%	68,0%	84,4%	71,9%	58,6%	74,6%	76,6%	87,3%	67,0%	73,2%	88,5%	63,6%	75,4%
599	71,2%	86,1%	71,1%	70,0%	80,3%	59,7%	71,7%	71,7%	80,8%	67,9%	75,9%	85,9%	70,2%	74,0%
602	78,1%	83,6%	56,7%	40,7%	70,7%	51,3%	55,0%	60,5%	73,0%	57,3%	70,1%	73,7%	72,7%	64,9%

Таблица 5. Результаты расчетов Job Quality и его компонентов для проведения бенчмаркинга. **Данные по площадкам. N=107. ID площадки может не совпадать с ID компании!**

ID	Конфликт ролей	Прозрачность целей и задач	Корпоративное сотрудничество	Отношения с руководством	Умение слышать клиентов	Умение слышать сотрудников	Возможности развития	Удовольствие от работы	Инструменты для работы	Вовлеченность в процессы	Честность компании	Атмосфера в коллективе	Материальное стимулирование	JOB QUALITY+
104	100,0%	99,4%	99,3%	99,6%	100,0%	99,9%	99,8%	99,9%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	99,7%	99,8%
32	97,5%	97,5%	93,2%	98,9%	97,0%	96,7%	93,7%	86,2%	98,2%	94,4%	97,3%	98,8%	93,9%	95,7%
15	100,0%	92,0%	84,9%	96,0%	100,0%	71,4%	100,0%	92,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	95,1%
108	98,8%	96,5%	92,2%	97,2%	93,2%	94,7%	92,3%	92,2%	97,5%	93,0%	95,2%	98,1%	94,0%	95,0%
26	94,6%	97,8%	93,8%	98,0%	93,0%	92,1%	95,5%	93,1%	93,7%	92,4%	93,4%	97,4%	94,3%	94,6%
106	93,8%	96,3%	91,6%	97,9%	94,6%	86,7%	93,9%	93,1%	96,6%	95,0%	95,0%	96,6%	91,8%	94,1%
13	89,8%	98,1%	91,7%	94,6%	95,4%	87,8%	94,6%	90,2%	97,8%	89,7%	96,0%	95,6%	92,4%	93,4%
27	90,1%	96,7%	92,6%	96,1%	94,6%	89,6%	92,8%	89,4%	95,0%	91,2%	94,4%	96,5%	94,1%	93,3%
123	87,5%	93,6%	84,3%	100,0%	94,1%	100,0%	80,3%	97,4%	97,8%	97,8%	88,0%	100,0%	90,4%	93,2%
63	94,7%	95,0%	95,2%	96,0%	95,5%	82,1%	88,7%	86,9%	93,1%	91,2%	95,5%	98,6%	90,9%	92,6%
8	93,5%	95,4%	88,7%	97,1%	95,0%	94,3%	88,0%	84,1%	95,4%	90,1%	94,4%	95,8%	91,1%	92,5%
52	94,3%	100,0%	93,6%	86,6%	92,8%	93,3%	90,0%	88,2%	87,4%	91,6%	96,6%	100,0%	85,2%	92,3%
3	94,0%	94,0%	85,0%	96,6%	93,7%	89,5%	89,1%	84,2%	94,4%	90,1%	96,3%	97,0%	90,7%	91,9%
122	95,4%	95,9%	89,7%	98,7%	91,8%	79,3%	92,0%	86,9%	94,8%	87,9%	93,6%	98,4%	90,0%	91,9%
105	88,5%	97,9%	88,0%	95,9%	89,6%	84,5%	88,6%	91,2%	94,1%	89,7%	92,1%	98,6%	92,0%	91,6%
61	94,9%	94,9%	91,9%	96,0%	94,7%	85,7%	90,1%	83,0%	96,0%	80,8%	95,5%	97,1%	89,5%	91,5%
25	84,9%	95,1%	79,4%	97,1%	92,5%	82,0%	89,4%	89,5%	95,4%	90,6%	95,2%	100,0%	96,1%	91,3%
78	85,7%	95,2%	90,0%	97,0%	89,3%	84,9%	90,8%	83,2%	94,4%	88,9%	92,0%	96,4%	88,0%	90,4%
44	90,2%	96,1%	87,9%	94,5%	89,4%	80,3%	91,9%	86,2%	94,1%	89,0%	89,8%	93,7%	89,4%	90,2%
54	92,4%	90,7%	89,8%	96,8%	89,7%	82,9%	94,4%	89,0%	87,2%	85,6%	87,6%	100,0%	85,2%	90,1%
75	85,4%	95,2%	89,6%	95,9%	87,4%	82,5%	91,0%	85,0%	92,9%	88,2%	91,1%	96,7%	89,4%	90,0%
86	89,4%	94,2%	89,4%	92,2%	89,1%	84,6%	89,3%	86,9%	93,5%	87,3%	90,3%	94,6%	87,3%	89,8%
76	85,6%	95,3%	89,2%	96,2%	91,4%	82,1%	89,1%	82,9%	93,4%	87,1%	92,7%	94,8%	88,1%	89,8%
30	91,2%	92,5%	87,0%	92,5%	93,3%	84,7%	83,3%	80,8%	94,5%	86,7%	94,9%	96,0%	89,4%	89,8%
42	92,4%	95,1%	86,1%	97,1%	85,4%	77,2%	91,0%	82,2%	92,7%	86,3%	86,9%	97,0%	91,4%	89,3%
120	86,2%	96,2%	83,5%	96,5%	91,0%	81,9%	83,6%	86,8%	93,2%	83,6%	90,8%	95,8%	90,9%	89,2%
77	86,0%	94,0%	87,8%	96,7%	88,3%	82,6%	90,1%	81,7%	92,6%	86,1%	91,0%	95,8%	87,4%	89,2%
19	85,0%	94,9%	86,1%	99,4%	90,9%	86,2%	84,5%	86,8%	89,5%	82,0%	91,4%	97,8%	84,5%	89,2%
28	91,2%	93,4%	84,1%	94,3%	87,6%	84,4%	88,5%	81,2%	91,1%	85,5%	89,4%	95,4%	90,5%	89,0%
80	84,4%	93,5%	87,8%	94,9%	88,3%	81,2%	90,8%	82,5%	91,9%	86,3%	91,0%	95,6%	87,9%	88,9%
107	89,8%	93,4%	85,2%	93,0%	91,7%	82,5%	88,6%	83,6%	88,2%	86,3%	91,1%	93,2%	87,3%	88,7%

59	93,9%	96,4%	87,1%	94,9%	85,9%	76,2%	87,1%	85,6%	96,4%	82,4%	87,7%	95,3%	83,0%	88,6%
114	91,6%	91,7%	86,0%	87,7%	89,8%	71,7%	90,7%	89,4%	92,0%	85,3%	92,2%	97,9%	85,3%	88,6%
68	92,7%	95,3%	91,1%	93,1%	88,6%	77,2%	82,5%	78,8%	96,4%	75,7%	89,9%	99,2%	90,5%	88,5%
33	92,3%	96,3%	86,6%	93,0%	85,2%	73,4%	83,0%	86,6%	95,5%	82,7%	86,9%	99,7%	86,8%	88,3%
39	90,3%	95,7%	85,5%	95,7%	89,7%	80,8%	84,7%	78,2%	89,5%	86,4%	89,4%	94,4%	86,5%	88,2%
74	84,2%	94,9%	87,1%	96,1%	85,9%	80,7%	88,9%	81,0%	92,4%	85,4%	88,4%	94,7%	86,8%	88,2%
115	89,3%	93,8%	88,0%	90,8%	91,8%	76,7%	80,9%	85,3%	95,8%	84,5%	91,7%	92,0%	86,1%	88,2%
110	88,6%	95,4%	83,6%	94,0%	85,9%	80,4%	88,7%	79,4%	90,3%	86,1%	87,6%	93,5%	90,9%	88,0%
109	87,9%	94,3%	86,6%	93,5%	87,9%	76,0%	88,7%	77,9%	91,1%	84,5%	91,3%	95,6%	88,7%	88,0%
116	93,3%	94,5%	85,0%	92,2%	89,7%	82,6%	79,1%	76,1%	88,9%	83,8%	90,7%	96,3%	88,0%	87,7%
41	88,6%	91,9%	83,5%	94,5%	85,9%	74,4%	89,6%	82,2%	91,0%	84,9%	88,1%	95,7%	89,5%	87,7%
43	90,0%	93,5%	86,0%	94,0%	84,0%	74,3%	89,7%	80,1%	91,3%	83,1%	87,3%	94,9%	89,8%	87,5%
51	92,0%	95,7%	86,4%	94,5%	91,9%	75,1%	85,6%	83,7%	83,2%	73,8%	89,2%	96,4%	87,1%	87,3%
60	86,3%	92,0%	83,6%	92,2%	86,7%	79,2%	84,7%	82,6%	93,2%	83,2%	86,6%	94,0%	85,9%	86,9%
101	84,7%	95,3%	83,9%	93,9%	82,0%	77,5%	84,8%	86,3%	93,0%	83,6%	85,5%	94,5%	84,7%	86,9%
100	85,4%	96,2%	72,8%	87,2%	88,2%	96,3%	81,5%	78,5%	91,1%	81,3%	89,5%	97,1%	81,6%	86,7%
17	93,9%	90,4%	71,3%	76,3%	92,0%	54,3%	86,9%	100,0%	96,1%	93,4%	85,9%	100,0%	84,9%	86,6%
97	86,3%	93,1%	81,7%	91,3%	87,8%	79,6%	84,4%	84,5%	91,5%	84,0%	90,4%	90,9%	79,8%	86,6%
73	90,0%	95,0%	88,3%	90,7%	91,6%	65,1%	82,7%	78,8%	95,9%	77,0%	92,1%	90,8%	86,2%	86,5%
48	58,9%	93,9%	84,0%	100,0%	82,8%	85,7%	81,1%	88,5%	89,9%	90,5%	81,0%	97,6%	88,6%	86,3%
87	86,9%	93,1%	84,6%	92,4%	84,3%	79,7%	86,7%	77,9%	90,9%	83,7%	87,1%	91,8%	81,7%	86,2%
12	92,0%	94,7%	83,6%	94,6%	74,4%	71,9%	81,7%	83,2%	88,9%	81,6%	84,7%	97,1%	88,8%	85,9%
79	82,0%	92,6%	84,0%	92,8%	84,6%	78,8%	86,3%	80,0%	89,3%	84,3%	87,4%	93,4%	81,5%	85,9%
121	90,8%	92,8%	80,9%	91,9%	83,5%	76,5%	86,5%	78,9%	89,8%	81,1%	85,6%	91,1%	84,8%	85,7%
21	90,5%	97,1%	83,3%	90,7%	82,9%	71,9%	78,7%	75,7%	95,4%	82,5%	88,6%	85,2%	91,1%	85,7%
6	88,6%	92,7%	83,5%	92,5%	87,5%	74,2%	84,1%	75,2%	90,5%	81,5%	87,5%	93,9%	79,8%	85,5%
89	83,9%	93,5%	84,1%	89,9%	83,2%	80,3%	84,4%	77,2%	90,2%	84,0%	83,4%	92,2%	83,4%	85,4%
22	81,0%	92,9%	80,3%	94,3%	81,0%	76,8%	84,0%	77,7%	87,3%	82,1%	84,3%	93,0%	86,6%	84,7%
45	84,4%	91,1%	82,6%	91,7%	84,0%	71,6%	82,2%	77,0%	92,4%	80,0%	88,1%	91,7%	84,4%	84,7%
31	83,9%	94,7%	83,2%	92,6%	86,2%	71,2%	79,6%	82,6%	91,1%	79,9%	86,9%	90,0%	77,8%	84,6%
50	68,9%	92,3%	86,1%	94,9%	91,4%	75,2%	75,8%	80,1%	84,5%	78,8%	89,4%	96,0%	85,3%	84,5%
4	87,7%	95,6%	76,6%	87,5%	85,8%	68,2%	80,7%	84,8%	86,1%	76,5%	89,1%	93,3%	82,5%	84,2%
11	85,4%	93,6%	81,1%	93,8%	74,4%	72,9%	80,2%	75,2%	93,4%	77,7%	85,4%	93,8%	86,7%	84,1%
47	87,8%	89,3%	76,2%	91,0%	75,9%	75,7%	85,2%	79,6%	92,7%	86,2%	88,2%	89,5%	74,9%	84,0%
5	89,4%	90,6%	79,2%	94,4%	82,9%	69,8%	82,8%	76,5%	90,3%	77,8%	85,2%	92,8%	79,6%	84,0%
91	88,1%	94,7%	76,8%	93,0%	76,8%	74,9%	81,9%	77,9%	86,2%	81,8%	80,0%	94,1%	85,3%	84,0%

83	85,5%	93,4%	80,1%	91,8%	77,5%	73,4%	81,6%	78,7%	89,7%	79,6%	79,1%	92,2%	83,5%	83,5%
46	67,9%	93,4%	80,8%	93,2%	89,5%	72,6%	73,2%	86,5%	90,8%	64,8%	85,1%	94,6%	92,7%	83,5%
102	81,1%	94,0%	82,6%	95,2%	80,1%	64,4%	80,2%	75,0%	88,9%	83,0%	84,3%	92,7%	80,7%	83,2%
92	79,1%	93,0%	82,0%	93,7%	78,2%	74,9%	82,1%	76,3%	88,9%	78,0%	79,8%	91,9%	80,7%	83,0%
7	86,6%	85,1%	79,2%	80,6%	77,1%	85,0%	83,0%	78,9%	89,2%	80,0%	86,9%	85,7%	80,8%	82,9%
118	66,5%	94,9%	83,2%	87,7%	78,0%	72,4%	83,8%	82,2%	86,9%	83,6%	81,8%	90,3%	86,5%	82,9%
34	82,0%	87,5%	73,8%	90,8%	79,6%	71,2%	84,0%	85,0%	84,9%	81,6%	85,7%	92,0%	78,7%	82,8%
96	80,4%	92,8%	80,7%	93,8%	76,9%	71,7%	83,4%	75,3%	88,7%	78,5%	79,2%	91,8%	81,9%	82,7%
95	83,1%	92,7%	80,4%	93,2%	80,9%	70,3%	80,3%	74,0%	90,8%	77,0%	80,6%	93,1%	77,7%	82,6%
113	79,8%	91,5%	74,8%	89,9%	79,7%	70,0%	84,4%	79,6%	86,9%	78,8%	81,0%	91,6%	85,9%	82,6%
88	80,8%	91,8%	80,1%	92,2%	78,1%	71,3%	82,5%	77,2%	89,2%	77,5%	79,0%	91,9%	80,7%	82,5%
103	81,1%	98,4%	79,9%	96,4%	71,8%	69,5%	75,2%	69,4%	86,7%	85,6%	82,4%	93,4%	81,1%	82,4%
36	58,2%	90,1%	66,8%	99,8%	87,7%	79,1%	77,0%	82,7%	84,5%	77,8%	86,3%	95,5%	84,0%	82,3%
23	79,6%	91,3%	80,3%	89,6%	83,4%	69,2%	80,5%	77,7%	84,0%	77,6%	84,1%	89,4%	82,7%	82,3%
94	84,2%	91,7%	82,3%	86,8%	81,1%	69,7%	78,2%	75,9%	89,4%	77,1%	83,2%	89,9%	77,8%	82,1%
90	81,6%	91,8%	79,2%	91,1%	74,6%	73,0%	82,1%	74,2%	89,1%	77,3%	78,0%	90,5%	83,3%	82,0%
62	91,4%	87,7%	81,6%	89,0%	86,5%	60,5%	80,3%	61,8%	90,5%	71,1%	86,3%	95,6%	75,5%	81,4%
119	82,3%	90,4%	73,4%	82,7%	84,9%	65,1%	70,0%	75,0%	87,8%	76,9%	89,6%	93,5%	85,3%	81,3%
66	84,6%	87,9%	95,9%	94,0%	90,9%	61,7%	74,5%	67,5%	81,9%	62,7%	91,0%	97,4%	66,1%	81,2%
10	88,3%	92,5%	78,4%	86,5%	73,4%	66,6%	76,4%	70,7%	89,1%	75,8%	81,6%	90,3%	83,4%	81,0%
1	78,5%	90,2%	77,7%	89,8%	85,9%	61,5%	79,0%	80,4%	83,5%	75,8%	83,9%	88,7%	77,5%	80,9%
99	71,3%	91,1%	80,4%	88,9%	77,2%	69,0%	79,9%	78,7%	81,3%	82,0%	78,6%	92,4%	78,7%	80,7%
67	90,6%	91,6%	87,2%	87,4%	94,1%	57,8%	72,6%	70,4%	74,6%	68,0%	89,1%	85,2%	78,2%	80,5%
85	79,4%	91,4%	77,9%	90,6%	72,1%	69,1%	80,2%	75,9%	88,1%	74,3%	75,8%	92,4%	78,0%	80,4%
70	86,4%	88,0%	79,6%	89,6%	87,0%	62,3%	76,6%	78,3%	88,7%	71,9%	77,2%	81,4%	74,7%	80,1%
14	88,9%	89,0%	84,9%	80,6%	72,4%	52,5%	80,1%	69,1%	84,2%	76,4%	84,8%	95,5%	82,9%	80,1%
84	81,2%	91,6%	76,8%	90,0%	71,8%	64,9%	80,0%	69,5%	87,7%	71,4%	74,3%	87,5%	79,8%	79,0%
93	83,4%	91,7%	74,5%	90,2%	69,1%	63,5%	74,4%	72,1%	88,1%	73,8%	72,7%	91,7%	76,6%	78,6%
81	94,0%	95,1%	68,0%	81,5%	67,7%	59,6%	71,9%	62,2%	92,9%	73,0%	74,2%	94,8%	85,2%	78,5%
65	90,6%	75,6%	85,4%	83,2%	78,4%	63,1%	80,0%	75,8%	88,6%	67,4%	82,9%	77,3%	71,7%	78,5%
40	84,9%	84,6%	78,5%	84,2%	80,7%	59,3%	66,7%	84,8%	79,2%	71,9%	84,5%	88,3%	65,4%	77,9%
16	88,8%	92,7%	87,9%	71,4%	74,8%	66,7%	66,7%	66,7%	79,8%	56,8%	88,8%	95,3%	59,1%	76,6%
18	77,9%	88,7%	68,0%	84,4%	71,9%	58,6%	74,6%	76,6%	87,3%	67,0%	73,2%	88,5%	63,6%	75,4%
64	81,5%	82,3%	79,1%	71,0%	76,3%	57,8%	61,5%	62,3%	86,4%	66,9%	78,3%	95,9%	67,0%	74,3%
24	71,2%	86,1%	71,1%	70,0%	80,3%	59,7%	71,7%	71,7%	80,8%	67,9%	75,9%	85,9%	70,2%	74,0%
29	78,1%	83,6%	56,7%	40,7%	70,7%	51,3%	55,0%	60,5%	73,0%	57,3%	70,1%	73,7%	72,7%	64,9%

69	64,9%	73,7%	63,8%	85,7%	68,7%	40,0%	59,4%	60,3%	66,1%	55,2%	65,8%	55,7%	56,9%	62,8%
----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Разница в оценках Job Quality операторов между операторами и менеджерами.

Ниже представлены данные по каждому из участников исследования, расположенные по возрастанию разницы в оценках Job Quality для операторов между менеджерами и их подчиненными - Рисунок 16. Если столбик ниже нуля – это значит, что менеджеры оценивают условия труда ниже, чем операторы. Если выше нуля – то наоборот. Подпись к каждому столбику – это идентификатор компании (ID компании). В таблице ниже - Таблица 6 – приведены точные данные по каждой компании – участнику исследования.

Рисунок 16. Разница в оценках Job Quality операторов менеджерами КЦ и подчиненными. N=65

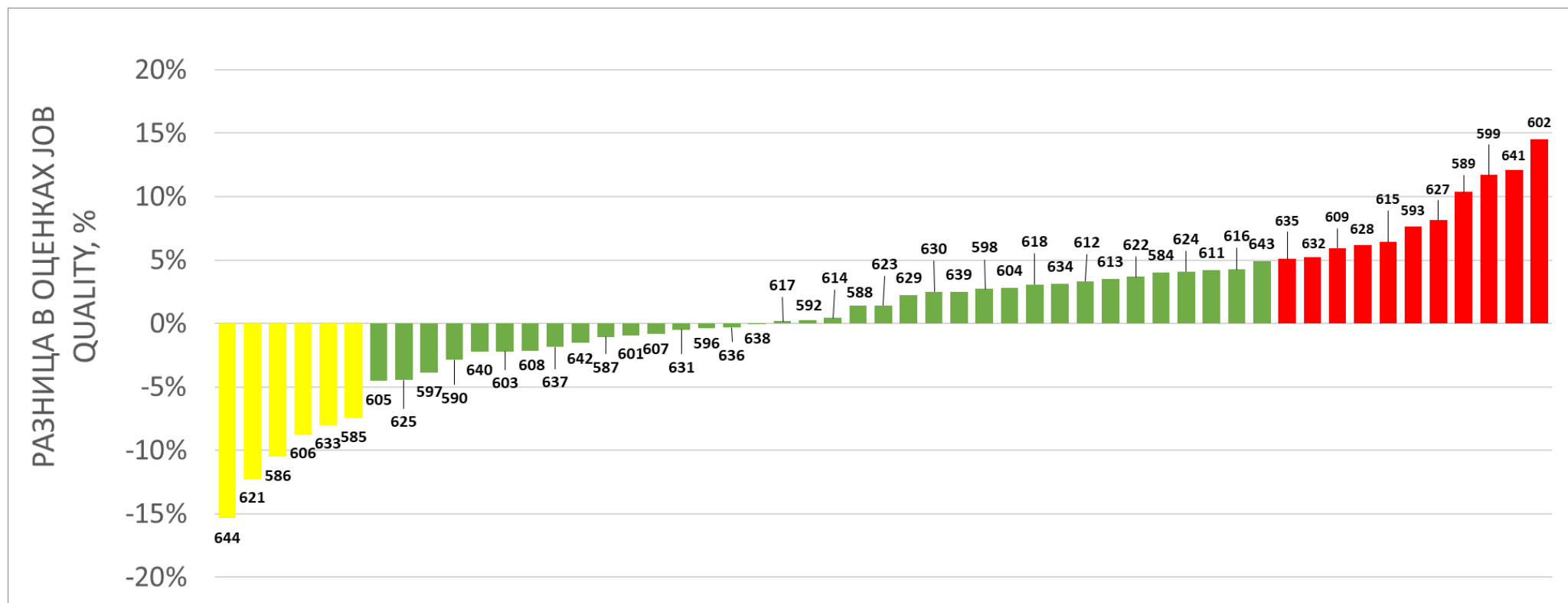


Таблица 6. Разница в оценках Job Quality операторов менеджерами КЦ и подчиненными. N=48

ID	644	621	586	606	633	585	605	625	597	590	640	603	608	637	642	587	601	607
Отклонение	-15,3%	-12,3%	-10,5%	-8,8%	-8,0%	-7,5%	-4,5%	-4,5%	-3,9%	-2,9%	-2,2%	-2,2%	-2,1%	-1,9%	-1,5%	-1,1%	-1,0%	-0,8%

ID	631	596	636	638	617	592	614	588	623	629	630	639	598	604	618	634	612	613
Отклонение	-0,5%	-0,4%	-0,3%	0,0%	0,2%	0,2%	0,4%	1,4%	1,4%	2,2%	2,5%	2,5%	2,7%	2,8%	3,1%	3,1%	3,3%	3,5%

ID	622	584	624	611	616	643	635	632	609	628	615	593	627	589	599	641	602	
Отклонение	3,7%	4,0%	4,1%	4,2%	4,2%	4,9%	5,1%	5,2%	5,9%	6,2%	6,4%	7,6%	8,1%	10,4%	11,7%	12,1%	14,5%	

Комментарии по разнице оценок операторов и менеджеров

Рисунок 17. Доля компаний, в которых менеджеры носят "Розовые очки"



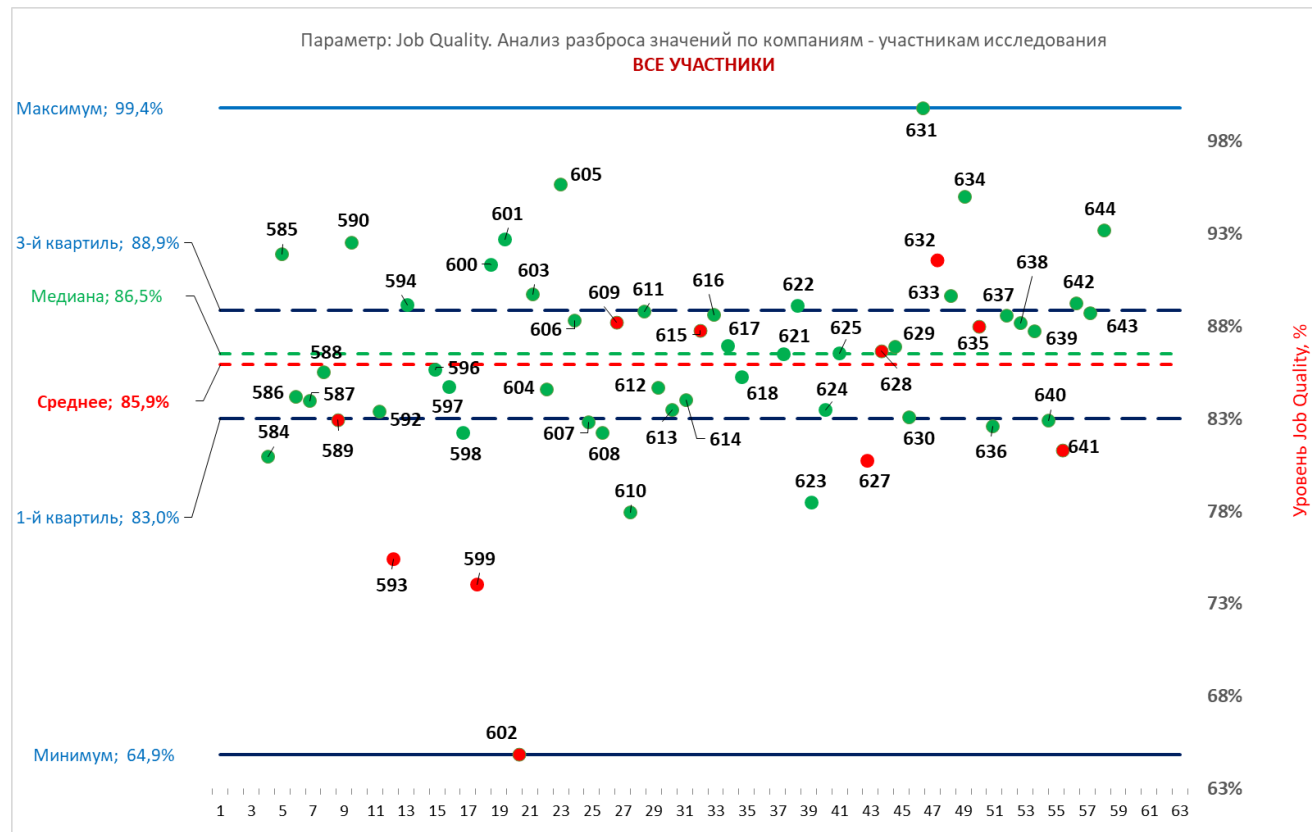
На основе данных о расхождении оценок и операторов сформирован индекс «розовых очков». Это доля участников исследования, у которых разница в средних оценках менеджеров и операторов составляет 5% и более. По сравнению с 2023 и 2024 годами индекс «розовых очков» не продемонстрировал значительных изменений и находится на уровне 20% (Рисунок 17). Как видно из графика и таблицы, менеджеры 11-ти компаний носят «розовые очки» по поводу уровня Job Quality их операторов. Причем у четырех компаний (идентификаторы 589, 599, 641, 602) разница в оценках превышает 10%, что означает огромный разрыв в понимании менеджментом реальной картины того, как сами операторы оценивают свою удовлетворенность различными факторами.

В то же время в шести компаниях менеджеры оценивают качество условий труда более строго, чем это делают операторы. Критический взгляд менеджеров на факторы удовлетворенности операторов, по мнению авторов исследования, может способствовать позитивным изменениям. При этом, важно, чтобы сами изменения были сфокусированы на наиболее важных для операторов факторах.

В 64% компаний результаты показывают достаточную сбалансированность между оценками менеджеров и операторов параметра Job Quality. В этих компаниях разница между оценками операторов и менеджеров не превышает 5% ни в одну из сторон.

Компаниям, у которых наблюдаются значительные отличия в оценке, рекомендуется еще раз внимательно обратиться к своему месту на диаграмме общего распределения Job Quality (Рисунок 18).

Рисунок 18. Положение компаний, входящих в индекс "Розовых очков"



У 6 компаний из 11, входящих в индекс «розовых очков», значение Job Quality находится на уровне ниже среднего значения: это компании, с ID 589, 593, 599, 602, 627, 641. Причем все эти пять компаний входят в нижний квартиль (25% компаний с наименьшим значением Job Quality). Менеджменту этих компаний рекомендуется критическим образом пересмотреть свое отношение к удовлетворенности операторов и пониманию реальных факторов, которые волнуют операторов КЦ.

Еще 4 компании демонстрируют значения Job Quality между 3 квартилем и средним значением (компании с идентификаторами 609, 615, 628, 635). И только одна компания, входящая в индекс «розовых очков», продемонстрировала значение Job Quality выше 3 квартиля.

Авторы исследования отмечают явную зависимость уровня удовлетворенности операторов от расхождений в оценках между операторами и менеджерами. Менеджмент, считающий, что операторы удовлетворены определенными условиями, может не

прилагать достаточных усилий для выявления реальной картины и не предпринимать достаточных мер для улучшения условий труда своих сотрудников. Подобная ситуация часто возникает в компаниях, где исследования удовлетворенности проводятся редко или неправильно оцениваются, а также из-за недостаточного охвата факторов, влияющих на удовлетворенность в рамках таких исследований.

Авторы исследования рекомендуют контактными центрами проводить анализ различий во взглядах операторов и менеджеров по каждому из исследуемых аспектов. Это важно для корректировки восприятия и подхода менеджмента контактного центра в целом к рабочей среде и к отдельным аспектам, включенным в исследование.

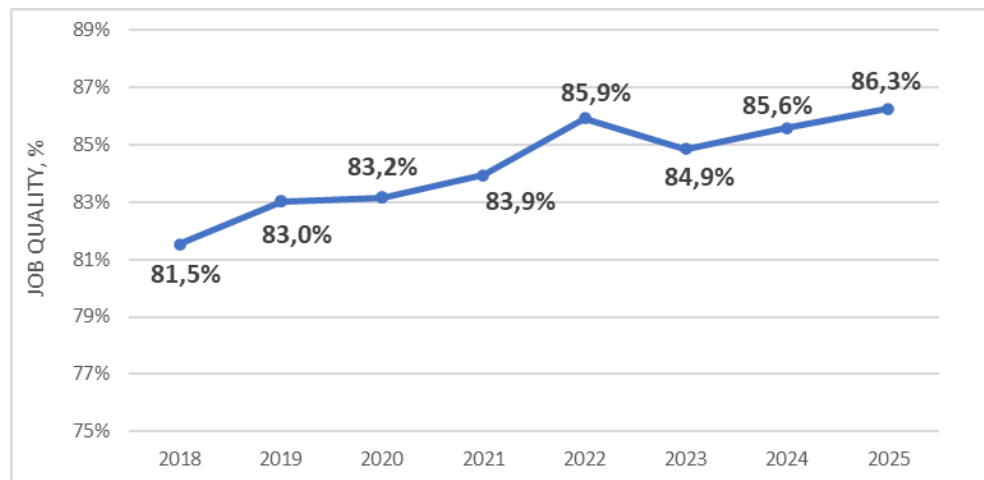
Раздел 2. Некоторые аналитические срезы.

Ниже представлены некоторые аналитические срезы, которые получены с использованием результатов обработки данных исследования. Все срезы ниже делаются на основании обработки индивидуальных оценок участников, сгруппированных по различным признакам. Поэтому следует понимать, что данные по срезам могут находиться под влиянием одной или нескольких компаний с большим количеством участников. На текущий момент аналитики Апекс Берг считают необходимым предупредить об этом. Мы будем продолжать привлекать участников в данное исследование для того, чтобы достичь такого количества, которое позволит перейти к анализу оценок не на уровне участников, а на уровне компаний. По мнению аналитиков Апекс Берг, это можно будет сделать после того, как количество участников исследования (компаний) станет больше 100. Представленные ниже аналитические срезы в большей степени рекомендуется воспринимать, как подход к анализу для поиска возможностей для улучшения в собственном КЦ, чем к общей тенденции рынка.

Динамика индекса Job Quality и его компонентов

Ниже (Рисунок 19) представлена динамика общего индекса Job Quality с 2018 года. Значения до 2018 года не приводятся так как в их расчете не участвовал компонент «Вознаграждение», добавленный в методологию исследования с 2018 году.

Рисунок 19. Динамика индекса JQ. N=13531



После падения индекса в 2023 году до 84,9%, два последних года индекс Job Quality демонстрирует рост. В 2024 году значение скорректировалось до 85,6%, а в 2025 году выросло до 86,3%. В целом, как можно видеть из графика, с 2018 года сохраняется общая позитивная тенденция. Среднее значение индекса, рассчитанное не по анкетам участников, а по компаниям по сравнению с 2024 годом не изменилось и составило 85,9%.

Влияние на рост общего индекса Job Quality по сравнению с 2024 годом оказали практически все компоненты (Рисунок 20). Четыре компонента из 13 продемонстрировали рост более чем на 1%.

Наибольший рост наблюдается у компонент «Умение слышать клиентов»: +1,4%, «Честность компании»: +1,3%, «Отношения с руководством»: +1,1%.

Наименьший рост, в пределах 0,4% наблюдается у компонент «Вовлеченность в процессы», «Атмосфера в коллективе», «Умение слышать сотрудников» и «Удовольствие от работы». Единственный компонент, который в 2025 году продемонстрировал снижение – это «Вознаграждение». Его значение снизилось на 0,4% по сравнению с прошлым годом.

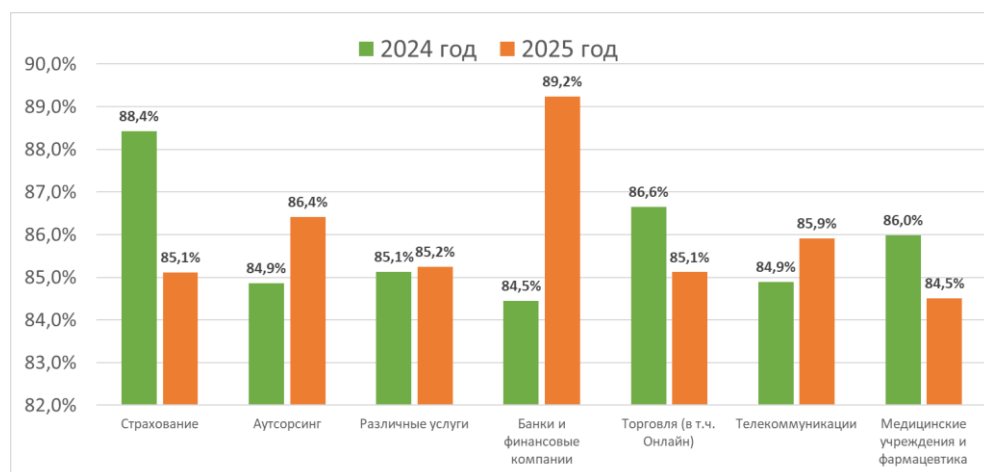
Рисунок 20. Изменения в оценках компонент Job Quality по сравнению с результатами исследования 2024 года. N=13531



Анализ динамики по конкретным утверждениям в компонентах Job Quality показал, что наибольший рост среднего балла (по 7-бальной шкале) показали следующие утверждения:

- «Ваша компания всегда честна с клиентами» (5,90 в 2024 году и 6,03 в 2025 году)
- «Качество продуктов Вашей компании и работы всех её подразделений позволяет избежать ненужных обращений от клиентов в КЦ» (5,56 в 2024 году и 5,68 в 2025 году)
- «Ваша компания учится распознавать "сигналы" от клиентов, на основании которых ей надо что-то менять» (5,78 в 2024 году и 5,89 в 2025 году)
- «Ваша компания использует полученную от клиентов информацию, чтобы повысить качество продуктов и услуг» (5,86 в 2024 году и 5,91 в 2025 году)
- «Ваша компания всегда принимает меры при получении жалоб от клиентов» (5,97 в 2024 году, 6,08 в 2025 году)

Рисунок 21. Сравнение индекса Job Quality по отраслям с результатами исследования 2023 года. N=13531



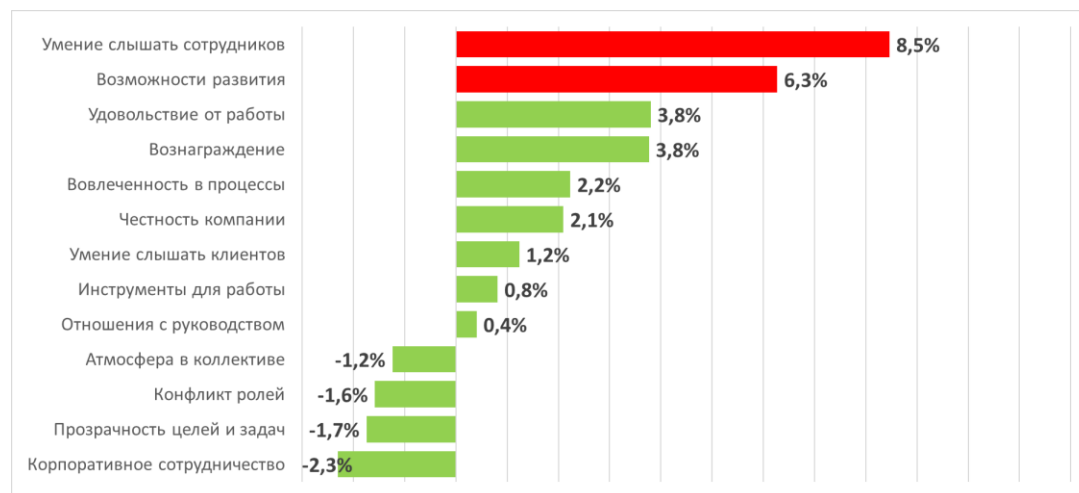
На рисунке слева (Рисунок 21) представлено сравнение индекса Job Quality по отраслям со значениями 2024 года. Значимый рост удовлетворенности операторов наблюдается в банковском секторе, а также в аутсорсинговых контактных центрах. В страховых компаниях, предприятиях торговли и медицинских учреждениях индекс Job Quality снизился.

Необходимо отметить, что среднее значение индекса Job Quality по отдельным отраслям, несмотря на большое количество анкет операторов, может определяться небольшим количеством компаний, представляющих данную отрасль. Поэтому делать статистически значимые выводы о каких-либо реальных тенденциях в рамках отрасли в настоящий момент преждевременно.

Разница в оценках компонентов Job Quality операторов между операторами и менеджерами

В предыдущем разделе был проведен анализ разницы в оценках общего показателя Job Quality для операторов между менеджерами и самими операторами. Здесь мы рассмотрим это более подробно – то есть проанализируем разницу в оценках по каждому из компонентов Job Quality.

Рисунок 22. Диаграмма разницы оценки компонентов Job Quality. N=13531



Как видно из графика, расхождения в оценке менеджеров и операторов в 2-х компонентах, формирующих оценку Job Quality операторов, составляют более 5%, причем здесь мы опять говорим о «розовых очках» менеджеров – то есть ситуации, когда они оценивают компоненты качества условий труда операторов выше, чем сами операторы.

Значительные расхождения выявлены в следующих компонентах:

1. Умение слышать сотрудников
2. Возможности развития

Эти два компонента уже традиционно, с 2017 года имеют наибольшее расхождение в оценках. В прошлом году разрыв в оценках по компоненту «Умение слышать сотрудников» составлял 6,1%, а по компоненту «Возможности развития» 5,0%.

Отсутствие роста количества компаний с «розовыми очками менеджеров» является позитивным фактором, однако на разрыв во взглядах именно в этих двух компонентах нужно обратить особое внимание. Компонент «Умение слышать сотрудников» получил самую низкую оценку от операторов КЦ (см. Раздел 1). Компонент и «Удовольствие от работы» находится на 9 месте из 13 компонент. При этом именно в этих областях у операторов и менеджеров возникают серьезные расхождения в оценках. Поскольку менеджеры при разработке корректирующих мероприятий принимают решения в том числе на основании собственных суждений – им следует понимать, что они на самом деле не полностью представляют, что операторы недовольны указанными параметрами.

В таблице ниже представлены утверждения из исследования, расхождение в оценках операторов и менеджеров, по которым составило более 5% (представлены вопросы, где оценка менеджеров выше, чем у операторов). Значение в % рассчитано как разница в баллах между оценками операторов и менеджеров по отношению к оценке операторов.

Таблица 7. Перечень утверждений из исследования, по которым оценки менеджеров существенно выше оценок операторов

Компонент JOB QUALITY	Утверждение	Разница в оценках операторов и менеджеров
Умение слышать сотрудников	Вы видите, что Ваши полезные предложения воплощаются в жизнь	12,8%
Умение слышать сотрудников	В Контактном Центре регулярно интересуются Вашим мнением о том, что можно улучшить	11,1%
Возможности развития	Вы чувствуете, что Ваша работа обладает смыслом	10,3%
Умение слышать сотрудников	Вы всегда получаете информацию о том, полезны Ваши предложения или нет с обоснованием этого	9,4%
Удовольствие от работы	Вы с коллегами часто делитесь друг с другом интересными ситуациями, встречающимися в вашей работе	8,1%
Возможности развития	У Вас есть возможности для карьерного роста внутри компании	7,5%
Вознаграждение	В течение месяца Вы можете рассчитывать размер будущей премии на основе текущих показателей	7,4%
Вовлеченность в процессы	Ваша компания приветствует проявление инициативы	5,0%

Мы рекомендуем всем менеджерам контакт-центров, а особенно тех, которые попали в индекс «розовых очков» обратить пристальное внимание именно на эти аспекты удовлетворенности операторов. Можно выделить следующие базовые рекомендации по отношению к приведенным выше утверждениям:

Таблица 8. Базовые рекомендации по отношению к утверждениям с наибольшими расхождениями в оценках

Утверждение	Базовые рекомендации
В КЦ регулярно интересуются Вашим мнением о том, что можно улучшить	<ol style="list-style-type: none"> Внедрите инструменты и процессы для сбора инициативных предложений от сотрудников. Даже если на уровне всей компании уже внедрены механизмы сбора обратной связи, важно разработать отдельные инструменты для контакт-центра. Это может быть внутренняя платформа для предложений, регулярные опросы или сессии идей. Важно, чтобы сотрудники знали, что их мнение учитывается, что укрепляет их чувство принадлежности к команде. Регулярно вовлекайте сотрудников в процесс улучшений. Не нужно требовать от операторов идей глобального масштаба. Даже небольшие улучшения, если они внедряются постоянно, могут значительно повысить эффективность работы контакт-центра. Регулярные встречи или рабочие группы, где операторы могут предлагать идеи для улучшений, помогут создать атмосферу вовлеченности и непрерывного роста. Развивайте квалификацию и кругозор операторов. Важно не только мотивировать сотрудников, но и повышать их профессиональный уровень. Организуйте круглые столы, мастер-классы от других подразделений, создайте электронные курсы и поощряйте внутренний обмен опытом. Чем более компетентны операторы, тем более полезными будут их предложения и инициативы, которые напрямую повлияют на улучшение качества обслуживания клиентов.
Вы всегда получаете информацию о том, полезны Ваши предложения или нет с обоснованием этого	<ol style="list-style-type: none"> Создайте систему обратной связи с разъяснением решений по предложениям. Важно, чтобы каждый сотрудник знал, что произошло с его предложением. Введите систему, в рамках которой каждому сотруднику, сделавшему предложение, предоставляется четкое объяснение: принято оно или отклонено, и почему. Это поможет повысить вовлеченность и доверие к процессу. Обеспечьте регулярные отчеты о внедренных улучшениях. Даже если предложение отклонено, важно предоставить конструктивную обратную связь. Если же идея была полезной, нужно публично признать вклад сотрудника. Организуйте

	<p>ежемесячные отчёты для всего коллектива о том, какие предложения были внедрены, какие — отклонены, и с какими результатами.</p> <p>3. Внедрите систему «feedback loop». Разработайте систему, в которой операторы смогут отслеживать свой вклад в улучшение работы. Это может быть платформа или регулярные встречи, где будет обсуждаться результат их предложений. Такая система повысит чувство важности их работы и сформирует культуру постоянных улучшений.</p>
Вы видите, что Ваши полезные предложения воплощаются в жизнь	<p>1. Активно используйте внутренний PR. «Рекламируйте» те изменения, которые были сделаны на основе или с учетом поступивших от сотрудников предложений. Презентации, видеоролики, дайджесты – доводите эту информацию до как можно большего количества сотрудников (причем, не только в КЦ)</p> <p>2. Стимулируйте сотрудников хорошими подарками. Там, где есть выраженный экономический эффект, делайте хорошие подарки сотрудникам (не кружечку с логотипом, а что-то более серьезное). Сделайте это частью системы стимулирования для всех.</p> <p>3. Демонстрируйте значимость изменений для бизнеса. Привлекайте руководство компании к награждению наиболее активных участников системы непрерывных улучшений.</p>
Вы чувствуете, что Ваша работа обладает смыслом	<p>1. Связывайте работу сотрудников с более широкими целями компании. Регулярно напоминайте операторам о значимости их работы для достижения целей компании. Покажите, как каждый разговор с клиентом влияет на успешность бизнеса и повышает клиентскую лояльность. Объяснение, как их вклад помогает компании расти, сделает их работу более значимой. Для современной молодежи важно, чтобы их работа имела смысл и соответствовала их ценностям. Они часто ищут работу, которая помогает им оказывать влияние на мир или делать что-то полезное для общества. Профессия оператора контакт-центра, несмотря на очевидную рутинность, обладает большим смыслом – это помощь конкретным людям. Важно доносить эту позицию до операторов.</p> <p>2. Показывайте реальный результат работы через отзывы клиентов. Внедрите систему, позволяющую операторам получать обратную связь от клиентов. Регулярно показывайте положительные отзывы и оценки работы. Это поможет сотрудникам осознать, что они не просто выполняют рутинные задачи, а действительно делают жизнь клиентов лучше.</p> <p>3. Внедряйте программы увеличения полномочий операторов КЦ. В такой системе у операторов будет возможность в отдельных ситуациях отклоняться от утвержденных правил для «спасения» тех или иных клиентов. Это явным образом увеличивает ценность и значимость работы.</p> <p>4. Сократите количество шаблонных скриптов и предоставьте больше свободы. Часто операторы тратят много времени на следование строгим скриптам, что делает их работу рутинной и не даёт проявить креативность. Внедрите более гибкие подходы, позволяющие операторам адаптировать ответы под ситуацию, а не следовать заготовленным фразам. Это добавит смысла и повысит качество общения с клиентами.</p>
У Вас есть возможности для карьерного роста внутри компании	<p>1. Разработайте чёткую карьерную лестницу для операторов. Создайте прозрачную и понятную карьерную модель, где операторы смогут видеть, какие шаги необходимо предпринять для повышения. С учетом текущей непростой ситуации на рынке труда, важно прикладывать дополнительные усилия к сохранению сотрудников внутри компании, пусть даже с их уходом из КЦ в другие подразделения. Это можно и нужно рекламировать.</p> <p>2. Обеспечьте регулярную обратную связь и оценку эффективности. Регулярные встречи с руководством, на которых обсуждаются результаты работы оператора, его достижения и карьерные цели. Помогайте сотрудникам ставить краткосрочные и долгосрочные цели, которые будут отражать их профессиональное развитие и готовность к карьерному росту.</p> <p>3. Обратите особое внимание на операторов, работающих полностью в удаленном режиме. Часто такие сотрудники вообще не видят возможностей для дальнейшего роста в компании.</p>

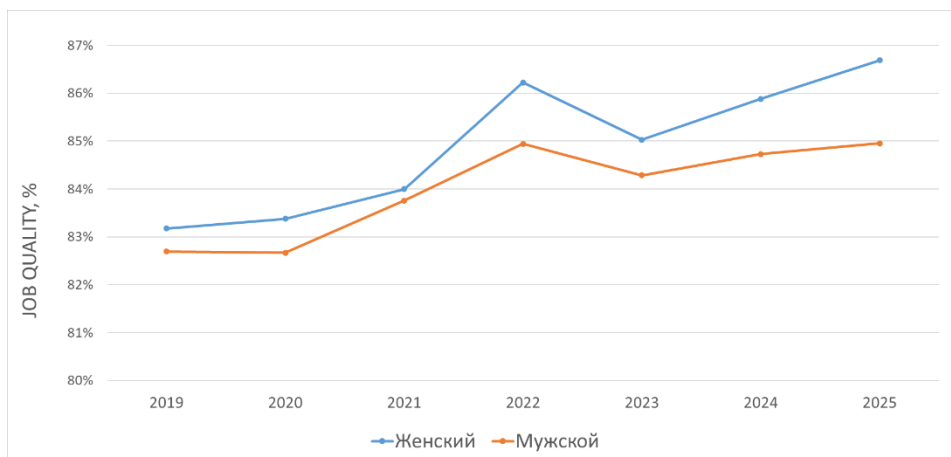
<p>Вы с коллегами часто делитесь друг с другом интересными ситуациями, встречающимися в вашей работе</p>	<ol style="list-style-type: none"> Создайте пространство для обмена опытом и знаниями. Внедрите регулярные брифинги, где операторы смогут делиться интересными случаями и нестандартными решениями, которые они использовали. Это может быть как в форме официальных встреч, так и неформальных встреч "за чашкой кофе", чтобы создать дружелюбную атмосферу для обмена опытом. Организируйте тематические группы по обмену лучшими практиками. Создайте группы внутри контакт-центра, фокусирующиеся на конкретных темах: как работать с трудными клиентами, как повысить лояльность и т.д. Операторы смогут делиться своими историями и учиться друг у друга на примерах реальных ситуаций, что усилит коллективное обучение и взаимопомощь. Проводите конкурсы на лучшие истории и решения. Организуйте конкурсы или голосования, где сотрудники смогут поделиться самыми интересными ситуациями или нестандартными решениями. Победители могут получать признание или небольшие призы. Это не только повысит вовлечённость, но и создаст мотивацию делиться лучшими практиками.
<p>В течение месяца Вы можете рассчитывать размер будущей премии на основе текущих показателей</p>	<ol style="list-style-type: none"> Сформируйте калькуляторы премии. Сделайте простые и понятные инструменты для расчета премии для операторов. Недостаточно просто формул KPI в презентации, дайте возможность операторам «в три клика» сделать прогноз своей будущей премии. Чаще предоставляйте операторам данные по метрикам, которые влияют на их премию. Сделайте это удобным – портал (с встроенным калькулятором), общая модель в Excel и т.д. Нужно сделать так, чтобы оператору не приходилось из нескольких разных отчетов вытаскивать данные по разным показателям.

Оценка Job Quality в зависимости от возраста и пола оператора.

Зависимость оценки от пола оператора.

Ниже представлена диаграмма с оценками общего индекса Job Quality мужчинами и женщинами (Рисунок 23).

Рисунок 23. Оценка Job Quality в зависимости от пола оператора. N=13531



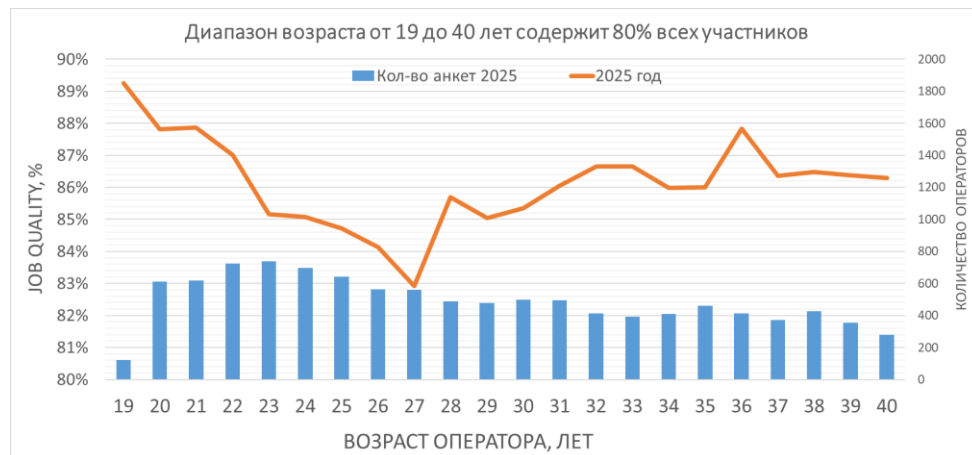
Расхождение в оценках удовлетворенности между операторами женщинами и мужчинами, которое было минимальным (0,5%) в 2019 году, к 2025 году выросло до 1,7%.

Мужчины, судя по данным исследования, в контакт-центрах являются более требовательными. Причины могут быть различными: гендерные стереотипы (по факту 75% операторов КЦ – это женщины), психологическая устойчивость к стрессовым ситуациям при общении с клиентами, стресса от необходимости постоянно проявлять эмоциональную эмпатию и неопределенности в карьерных перспективах.

Зависимость оценки от возраста оператора.

Ниже (Рисунок 24) показан результат анализа зависимости оценки Job Quality от возраста для операторов от 20 до 40 лет. Операторы этого возраста составляют 82% от всех операторов, которые приняли участие в исследовании.

Рисунок 24. Оценка Job Quality операторами в зависимости от возраста N=13521



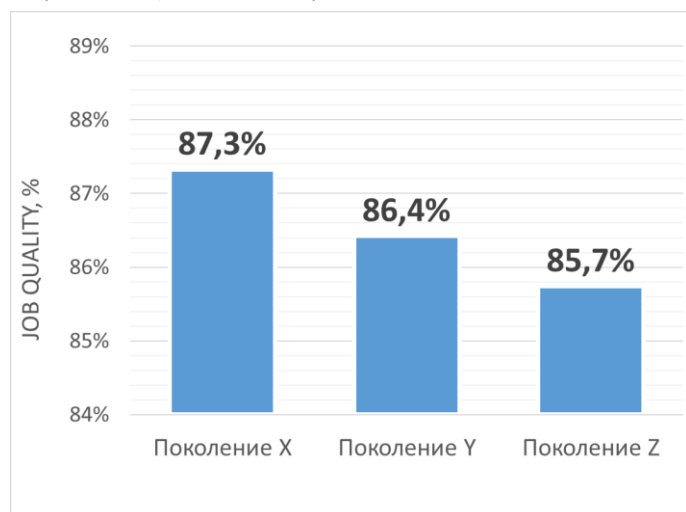
В 2025 году, как и в предыдущие годы прослеживается падение индекса на 5-6% в интервале возраста от 19 до 26-27 лет. (на этот возрастной интервал приходится около 40% всех операторов) и последующий рост индекса в интервале возрастов от 28 до 40 лет.

Необходимо отметить, что до 2019 зависимость индекса JQ от возраста операторов практически полностью отсутствовала, а с 2020 проявляются более выразительно.

С учетом того, что последние 5 лет возрастной состав операторов меняется в сторону увеличения среднего возраста, менеджменту КЦ нужно будет обратить внимание на сложившееся разное отношение операторов разного возраста, поскольку меры, которые сейчас предпринимают контакт-центры для увеличения удовлетворенности операторов, как правило, не дифференцированы по возрасту.

Может показаться, что современная молодежь более довольна условиями работы, чем люди более старшего поколения, однако это не так.

Рисунок 25. Оценка Job Quality по поколениям. N=13521



Индекс удовлетворенности Job Quality, рассчитанный в разрезе поколений показывает, что как раз операторы, относящиеся к поколению Z (1997 – 2012 годы рождения) в среднем, пусть и незначительно, но меньше удовлетворены, чем сотрудники, относящиеся к поколениям X и Y.

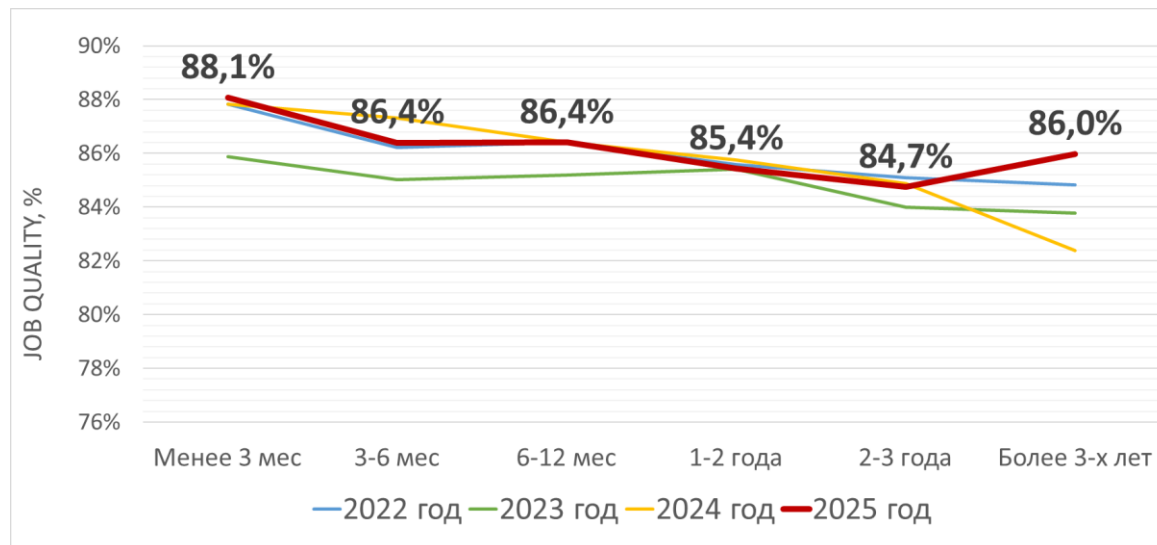
Это важно учитывать, поскольку с каждым годом в контакт-центрах появляется все больше операторов поколения Z. В 2025 году их доля составляет 43%.

Справедливости ради нужно отметить, что результаты расчета Job Quality по поколениям в предыдущих исследованиях не давали такой разницы между поколениями.

Зависимость оценки Job Quality и его компонентов от стажа работы оператора

Ниже представлена зависимость общей оценки Job Quality от стажа работы оператора. Рисунок 26 представляет зависимость общей оценки, а Рисунок 27 – зависимость оценки компонентов от стажа работы в КЦ.

Рисунок 26. Оценка Job Quality в зависимости от стажа оператора N=13521



Зависимость удовлетворенности операторов от стажа работы в 2025 году сохранилась. Как видно из графика, уровень удовлетворенности у операторов со стажем работы менее 3-х месяцев (например, на испытательном сроке) является максимальным. Затем с увеличением стажа работы операторов наблюдается падение индекса. Минимальное значение приходится на операторов со стажем работы (от 2 до 3 лет). У операторов со стажем более 3 лет наблюдается небольшой рост удовлетворенности (чего не наблюдалось в прошлогодних результатах).

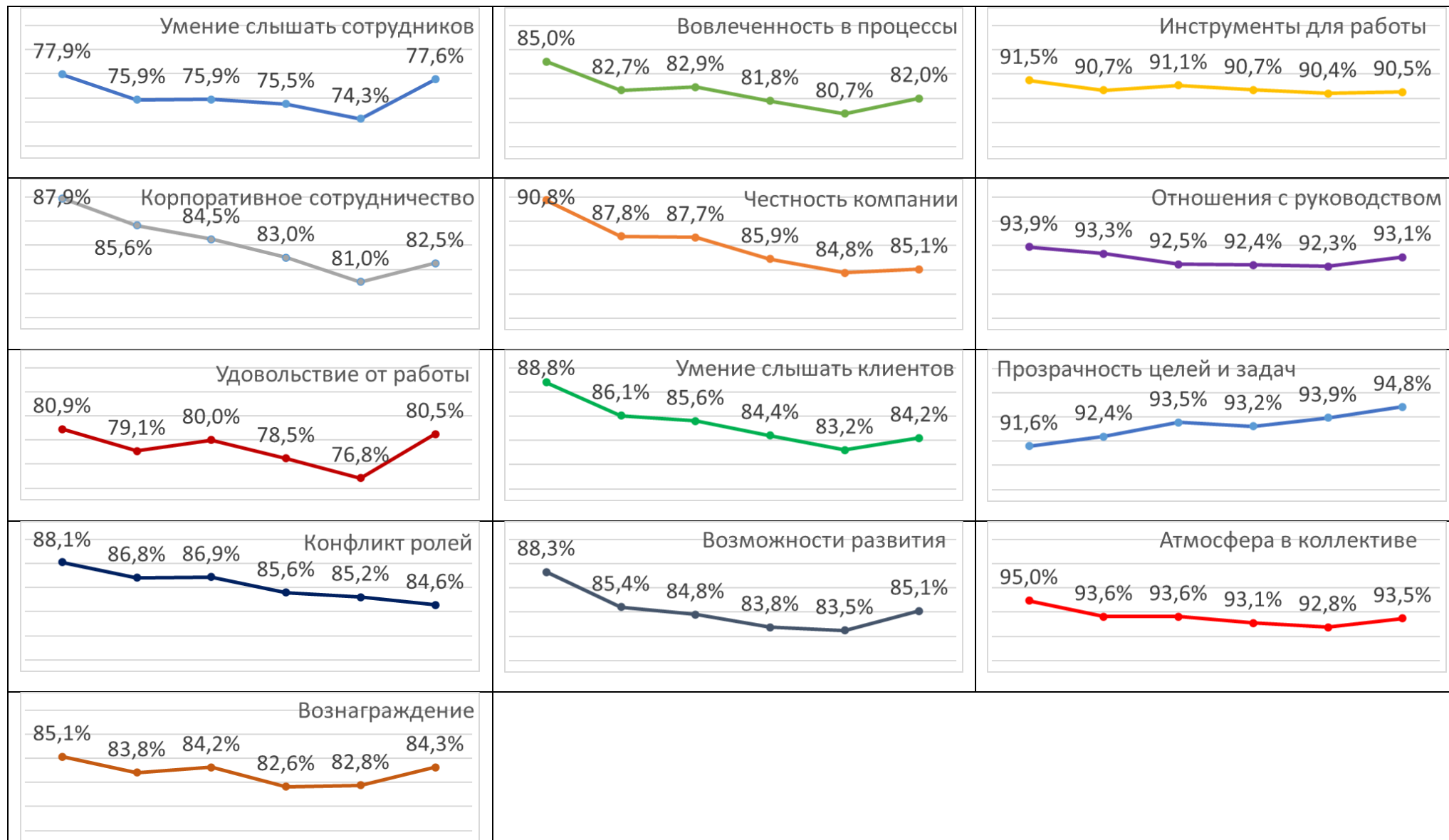
Разница между максимальным и минимальным значением индекса Job Quality составляет 3,3%. В прошлом году этот разрыв был максимальным (5,4%).

Полученные результаты говорят о важности дифференциации мероприятий по увеличению удовлетворенности операторов в зависимости от стажа их работы. Как минимум, в КЦ необходимо более «трепетно» относиться к сотрудникам со стажем более 1-2 лет. Ценность оператора по мере роста его стажа безусловно растет. Также растет стоимость замены такого оператора в случае его увольнения. Но вместе с этим падает удовлетворенность условиями труда, что негативно может повлиять на результаты работы операторов и их отток из компании.

Если рассмотреть зависимость компонент Job Quality от стажа работы операторов - то можно сделать следующие выводы:

1. По результатам текущего исследования можно сказать, что только один компонент не демонстрирует падения вместе с увеличением стажа работы – это компонент «Прозрачность целей и задач». Логично, что более опытные сотрудники все лучше понимают поставленные цели, способы их достижения и критерии оценки результатов.
2. Наибольшее падение с ростом стажа показывают следующие компоненты: «Корпоративное сотрудничество» - 6,9%, «Умение слышать клиентов» - 5,6%, «Честность компании» - 6,0%. Очевидно, что именно в этих областях ожидания операторов возрастают с ростом их стажа и понимания «как может быть устроено» взаимодействие между КЦ и смежными подразделениями, между КЦ и клиентами. При отсутствии на практике улучшений в КЦ в этих областях удовлетворенность операторов в этих областях не может не снижаться.

Рисунок 27. Зависимость компонент Job Quality от стажа работы операторов. N=13521



Зависимость Job Quality от режима работы операторов

В рамках исследования операторам задавался вопрос о степени присутствия в работе оператора удаленного режима. Результаты распределения анкет операторов с точки зрения режима представлены ниже (Рисунок 28). Среди представленных режимов со значительным отрывом преобладает удаленная работа либо полностью, либо с преобладанием удаленки в общем времени работы - 64%. По анкетам операторов по каждому из представленных режимов был рассчитан общий индекс Job Quality. Результаты представлены на диаграмме ниже (Рисунок 29).

Рисунок 28. Распределение операторов по режимам работы

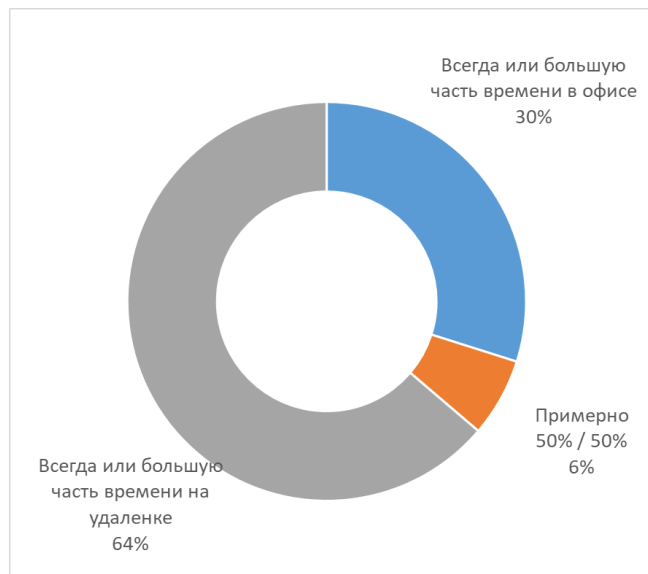
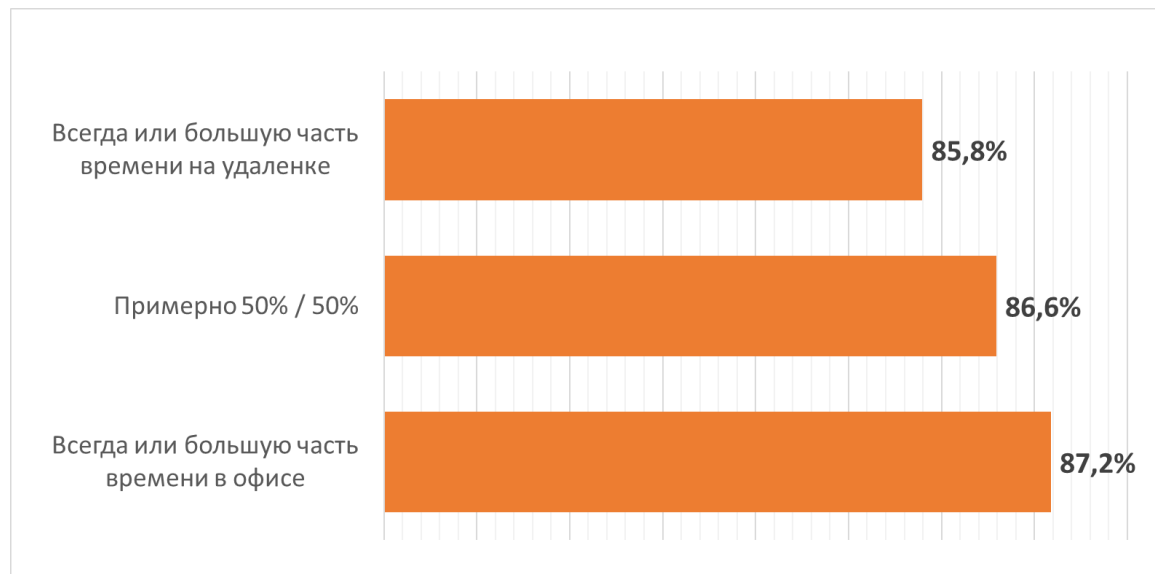


Рисунок 29. Значение Job Quality в зависимости от режима работы операторов. N=13521

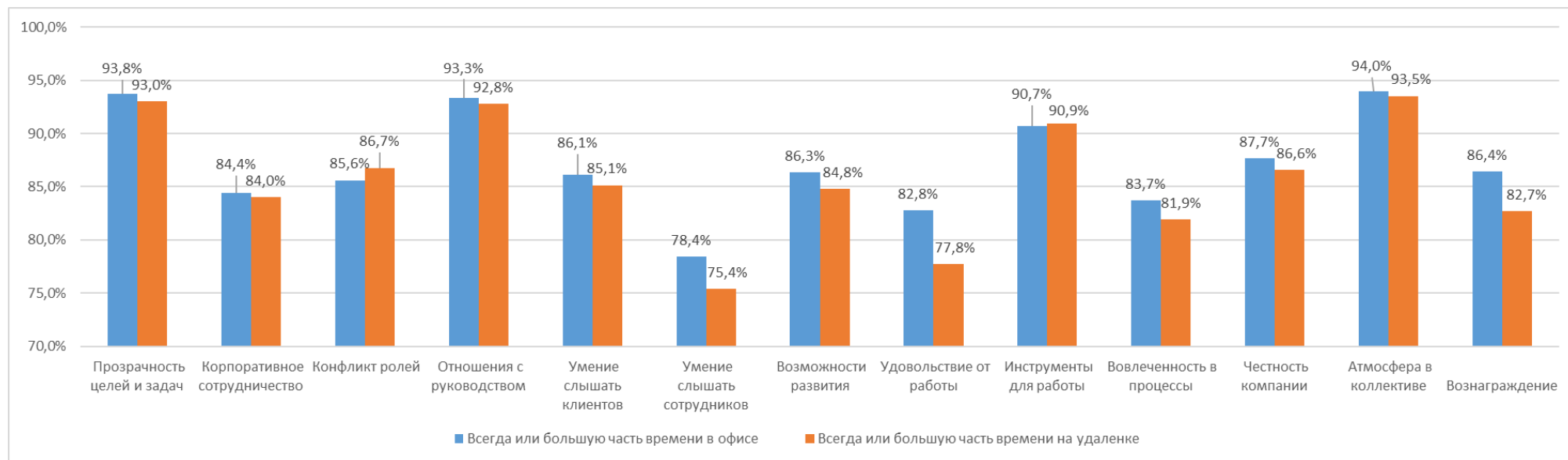


Как видно из диаграммы, удовлетворенность операторов, работающих полностью или преимущественно на удаленном режиме работы незначительно, но выше, чем у операторов, работающих преимущественно в офисе. Разница составляет 1,4%. В прошлом году эта разница составляла 0,8%.

Важно отметить, что более высокая удовлетворенность у сотрудников, работающих удаленно проявилась только у 50% компаний – участников исследования (из тех, у кого есть операторы и на офисном, и на удаленном режиме). Поэтому делать выводы о том, что сотрудники на удаленном режиме всегда менее удовлетворены, чем их офисные коллеги, преждевременно! По мнению авторов исследования, важнее обратить внимание на собственные результаты и, если есть существенные различия для офисных и удаленных операторов, находить и устранять причину этих различий.

Анализ значений удовлетворенности по отдельным компонентам в зависимости от режима работы операторов показал схожую картину почти по всем компонентам - значения удовлетворенности по компонентам для офисного или преимущественно офисного режимов незначительно выше, чем удовлетворенность операторов на удаленном режиме работы. Наибольшие различия проявились в компоненте «Удовольствие от работы».

Рисунок 30. Значения компонент Job Quality в зависимости от режима работы операторов. N=13521



Оценка уровня лояльности операторов

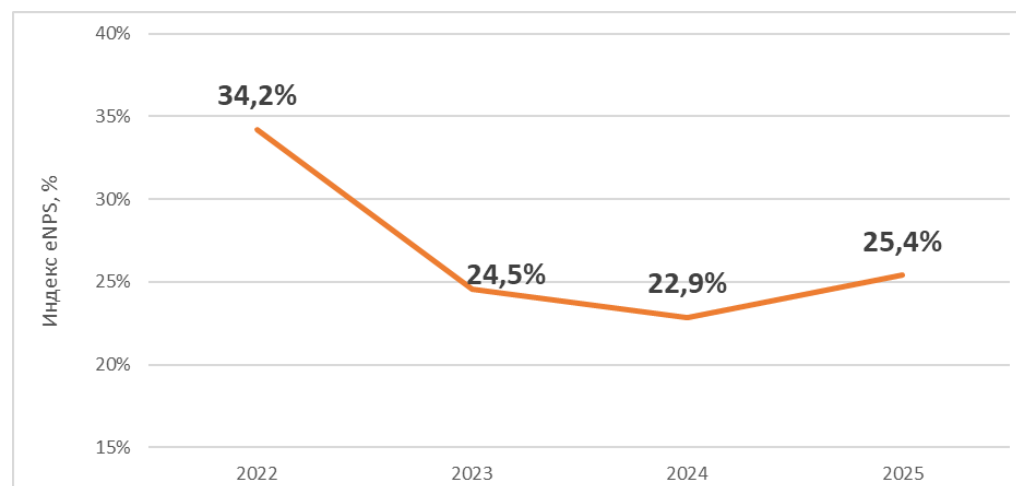
Начиная с 2022 года в методологию исследования добавлены вопросы, связанные с лояльностью оператора по отношению к контакт-центру. Основной вопрос для расчета индекса лояльности сотрудников (eNPS) сформулирован следующим образом: «Оцените пожалуйста, какова вероятность, что Вы порекомендуете Ваш контактный центр в качестве места для работы своим друзьям и знакомым? Поставьте оценку от 0 до 10, где 0 – ни при каких условиях не буду рекомендовать, 10 – обязательно порекомендую (или уже неоднократно это делал)».

В таблице ниже (Таблица 9) приведено распределение оценок операторов на данный вопрос исследования. На основе распределения оценок построен индекс лояльности операторов КЦ (eNPS) как разность между оценками «промоутеров» (оценки 9 и 10) и детракторов (оценки от 0 до 6). Абсолютное значение показателя eNPS в 2025 году составило 25,4% (Рисунок 31). По сравнению с 2024 годом индекс вырос на 2,5%. Степень корреляции eNPS и индекса Job Quality достаточно высокая. Это означает, что чем менее довольны операторы, тем в меньшие степени они будут рекламировать свой контактный центр как место для работы.

Таблица 9. Распределение оценок операторов 2025. N=13521

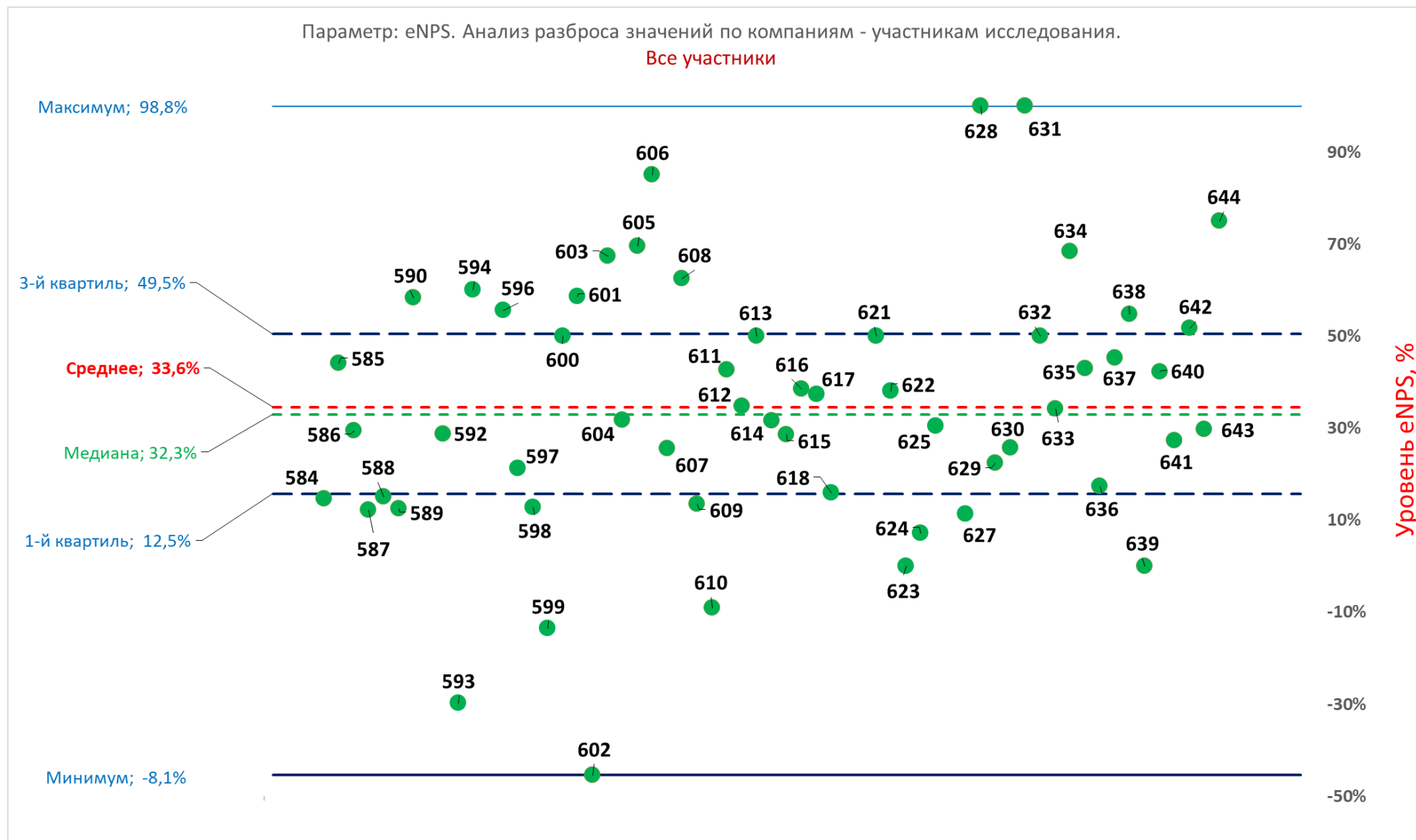
Оценка	Доля оценки в общем объеме
0	3%
1	2%
2	2%
3	3%
4	2%
5	8%
6	5%
7	11%
8	13%
9	11%
10	40%

Рисунок 31. Динамика индекса eNPS операторов



По аналогии со значением Job Quality, в рамках отчета подготовлена диаграмма, которая позволяет провести реальный бенчмаркинг – то есть сравнить результаты своего КЦ с показателями остальных участников. Ниже представлена диаграмма (Рисунок 32), на которой отображено распределение показателя лояльности операторов eNPS каждой компании, участвовавшей в исследовании. Каждой компании присвоен свой ID. Расположение компаний по горизонтали осуществлено в соответствии с увеличением номера ID – только для того, чтобы можно было легко отыскать на графике свою компанию. Для сравнения следует использовать относительное расположение сверху вниз, которое обозначено в соответствии с уровнем eNPS компании-участника.

Рисунок 32. Анализ разброса значений индекса eNPS – **ВСЕ УЧАСТНИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ**. N=56



Лояльность операторов в зависимости от стажа и режима работы операторов

Ниже на диаграммах показаны значения индекса лояльности eNPS в зависимости от режима работы операторов (Рисунок 33) и в зависимости от стажа работы операторов (Рисунок 34).

Рисунок 33. Оценка eNPS в зависимости от режима работы. N=13521

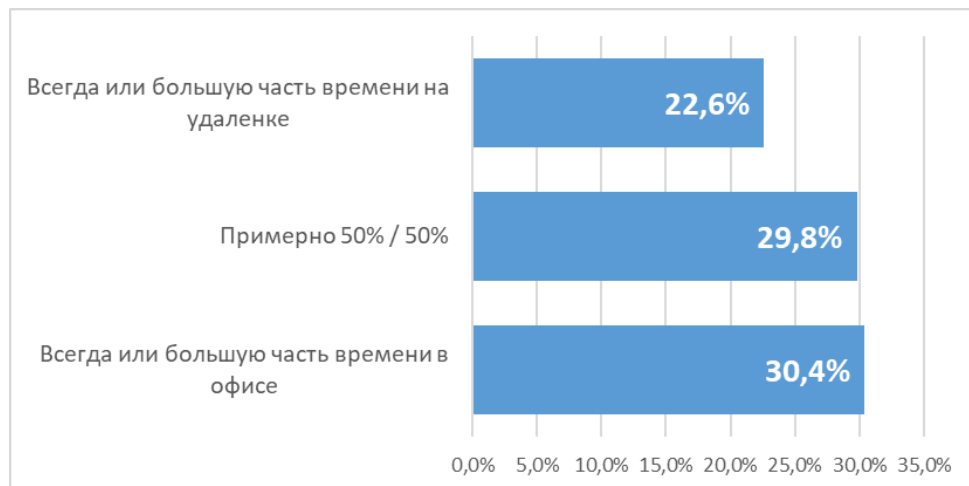
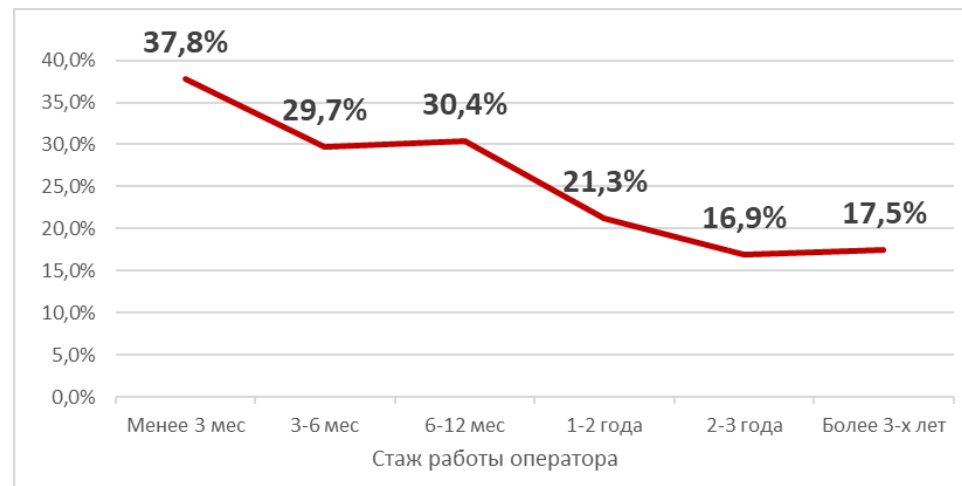


Рисунок 34. Оценка eNPS в зависимости от стажа работы. N=13521



Характер зависимости по двум указанным срезам повторяет зависимости удовлетворенности операторов. С точки зрения режима работы – лояльность операторов, работающих в офисном или преимущественно офисном режимах выше, чем лояльность операторов, в работе которых присутствует значительная доля времени на удаленке. Однако и здесь необходимо сделать оговорку, что только в 50% компаний – участниках исследования наблюдается более высокая удовлетворенность у операторов на офисном режиме.

Мы рекомендуем обратить особое внимание на падение индекса лояльности клиентов у операторов с большим стажем. Характер зависимости лояльности операторов от стажа не только повторяет характер зависимости индекса Job Quality, но и является более ярко выраженным. Значение eNPS близкое к нулевой отметке, означает, что примерно половина операторов КЦ готова рекомендовать свой контакт-центр в качестве места для работы. Желательно использовать эту информацию при работе с таким каналом привлечения кандидатов как «приведи друга».

Раздел 3. Детализация по компонентам Job Quality

Прозрачность целей и задач

Рисунок 37. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 38. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 39. Оценки операторов различного пола

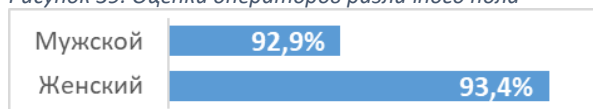


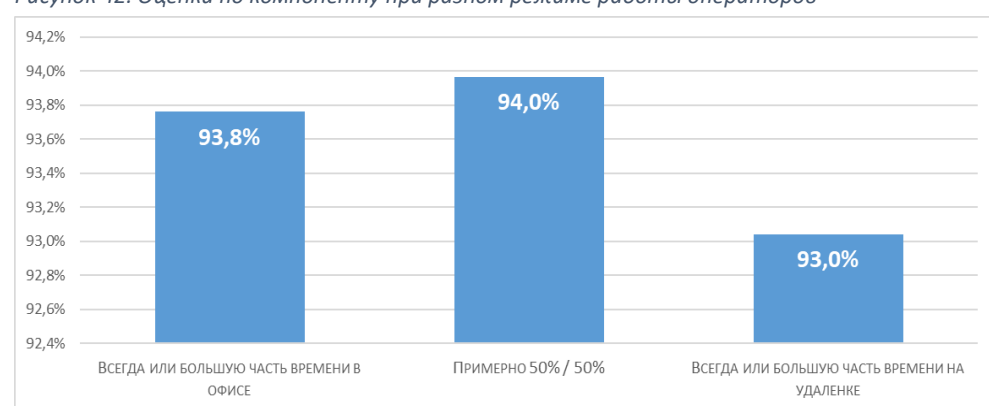
Рисунок 41. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 40. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту



Рисунок 42. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Корпоративное сотрудничество

Рисунок 43. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 44. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 45. Оценки операторов различного пола

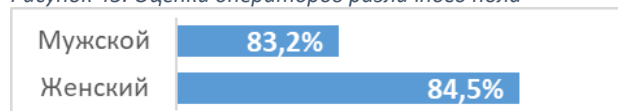


Рисунок 46. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту



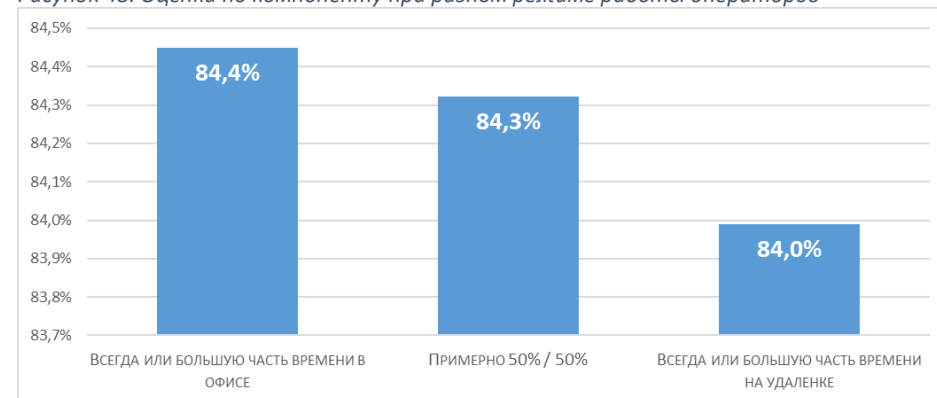
Максимум		Краснодар
Минимум		Уфа

Рисунок 47. Средние значения по странам – участникам исследования

	84,2%
	85,5%
	80,4%
	82,1%
	83,2%

Рисунок 48. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Конфликт ролей

Рисунок 49. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 50. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 51. Оценки операторов различного пола

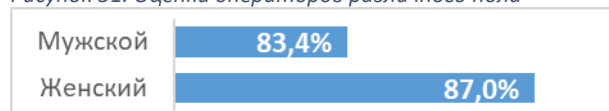


Рисунок 52. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту



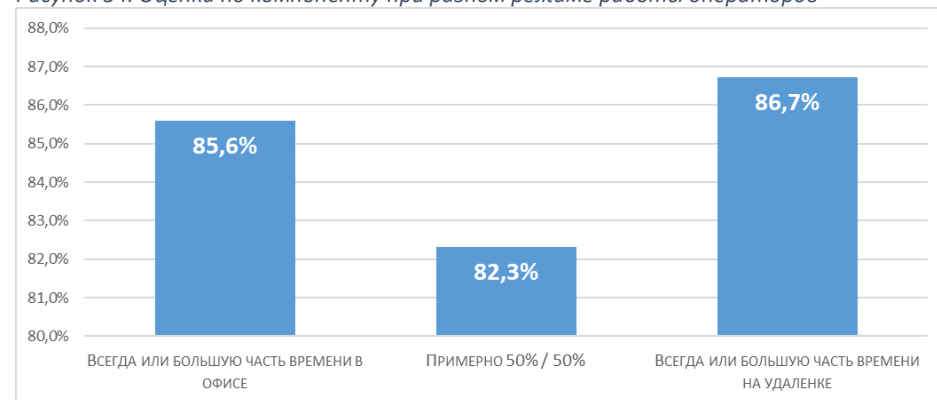
Максимум		Киров
Минимум		Худжанд

Рисунок 53. Средние значения по странам – участникам исследования

	86,2%
	90,9%
	71,3%
	81,1%
	66,5%

Рисунок 54. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Отношения с руководством

Рисунок 55. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году

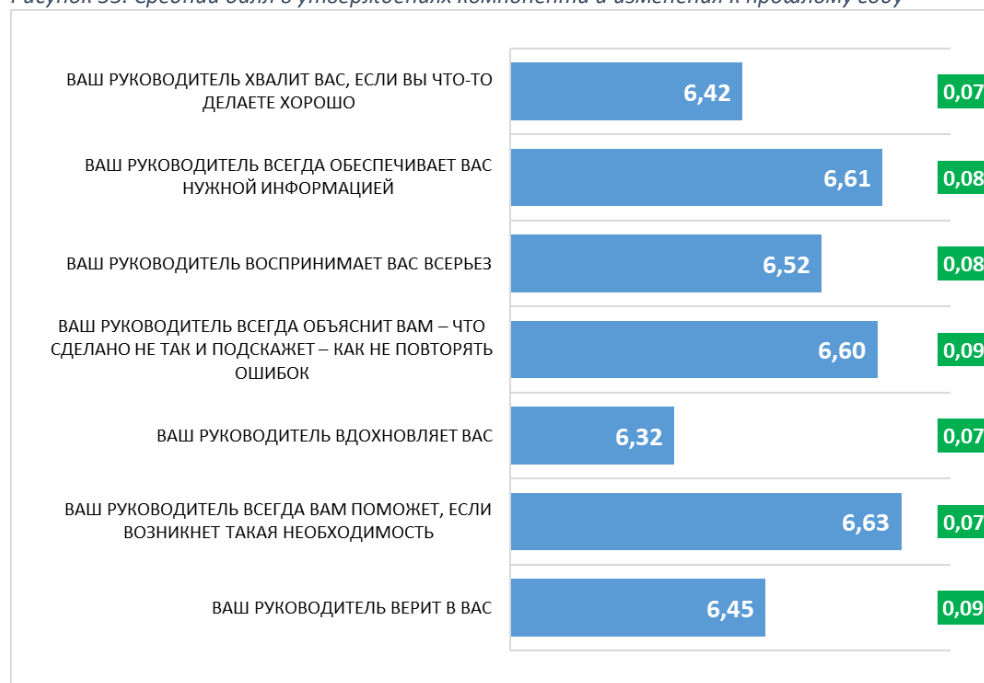


Рисунок 56. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году

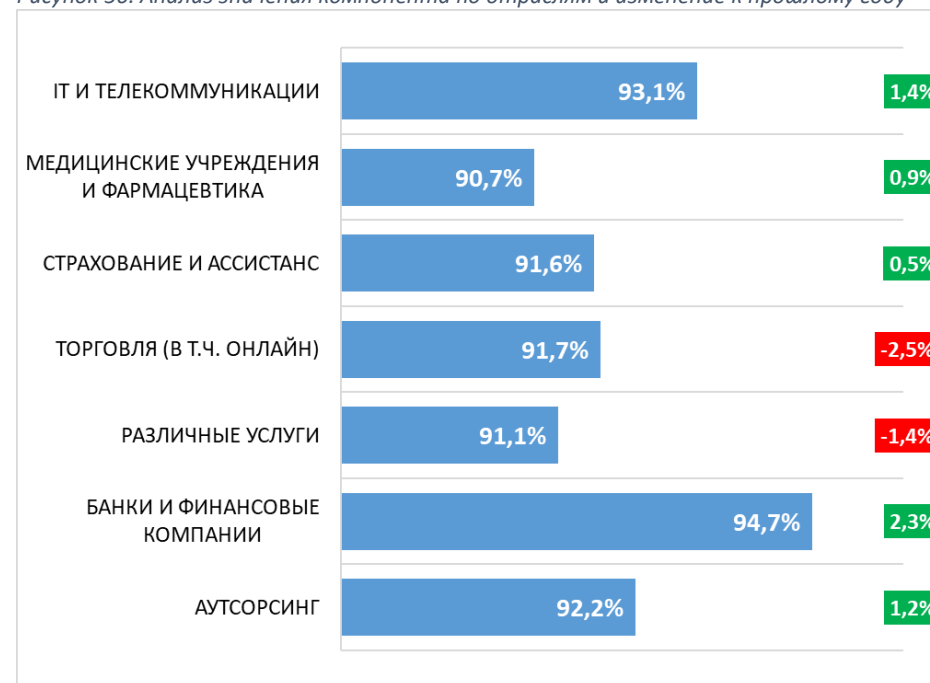


Рисунок 57. Оценки операторов различного пола

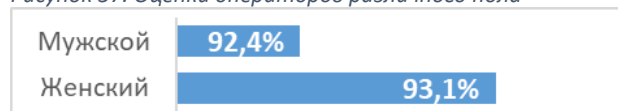


Рисунок 59. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 58. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

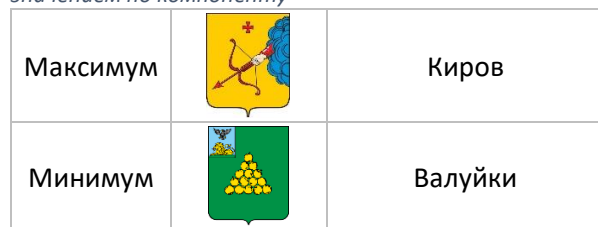
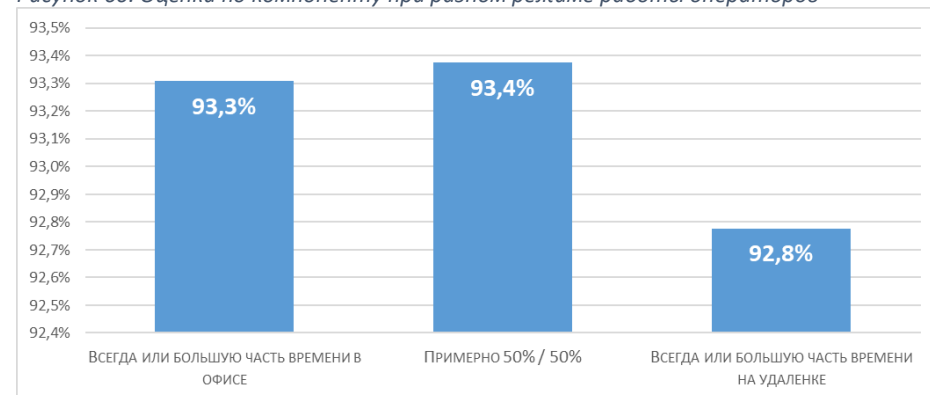


Рисунок 60. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Умение слышать клиентов

Рисунок 61. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году

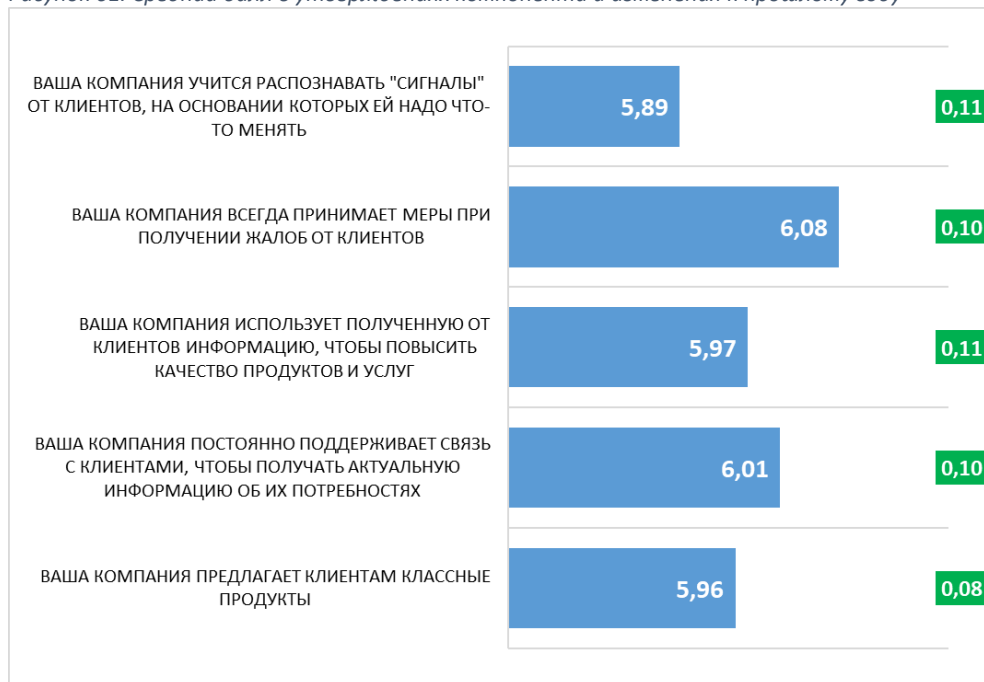


Рисунок 62. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году

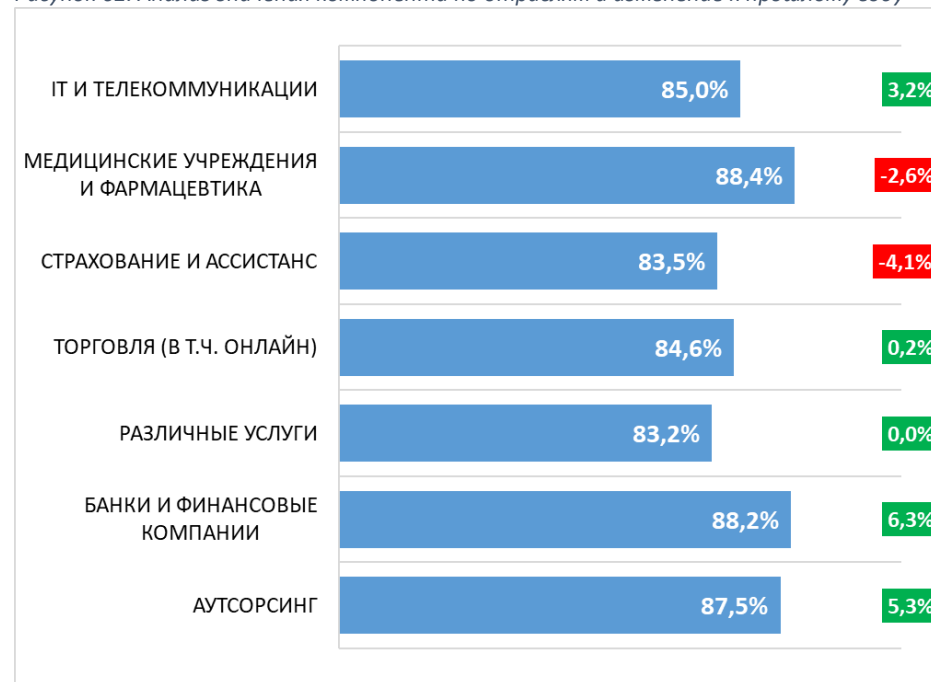


Рисунок 63. Оценки операторов различного пола

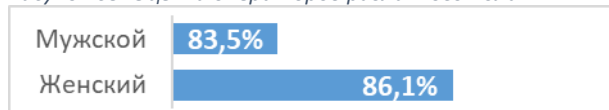


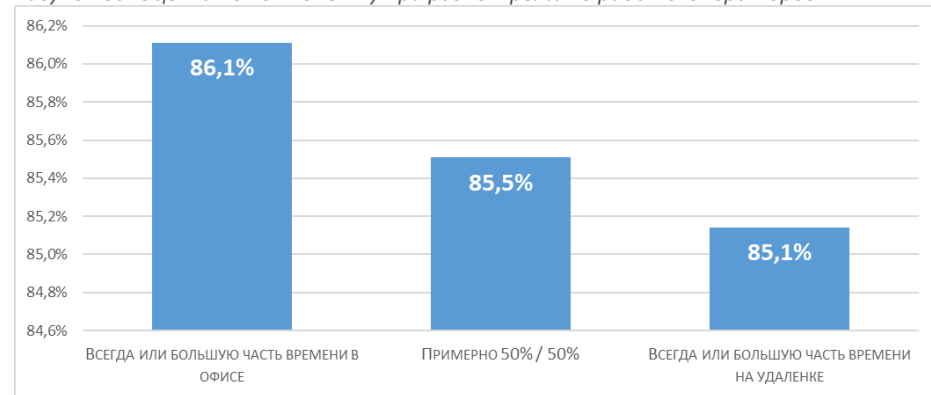
Рисунок 65. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 64. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту



Рисунок 66. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Умение слышать сотрудников

Рисунок 67. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 68. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 69. Оценки операторов различного пола

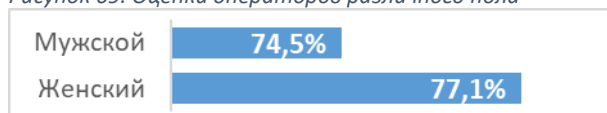


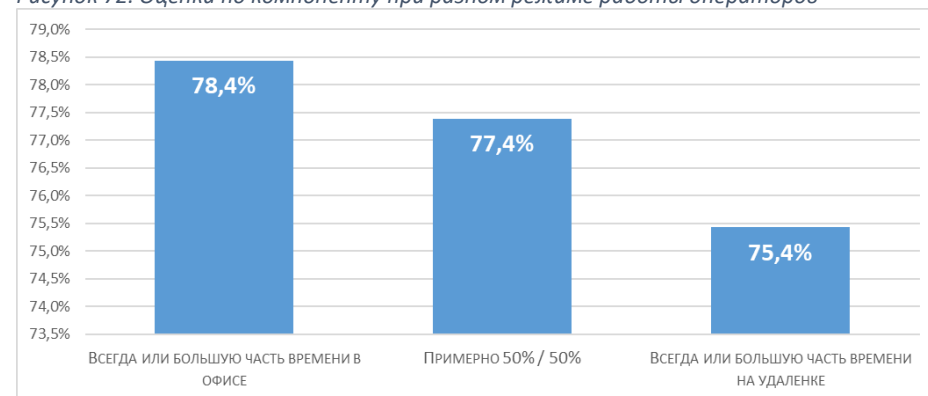
Рисунок 71. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 70. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

Максимум		Петрозаводск
Минимум		Валуйки

Рисунок 72. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Возможности для развития

Рисунок 73. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 74. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 75. Оценки операторов различного пола

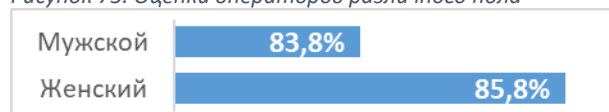


Рисунок 77. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 76. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

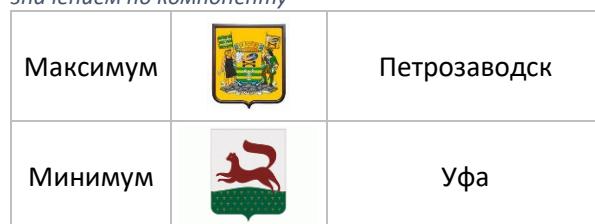
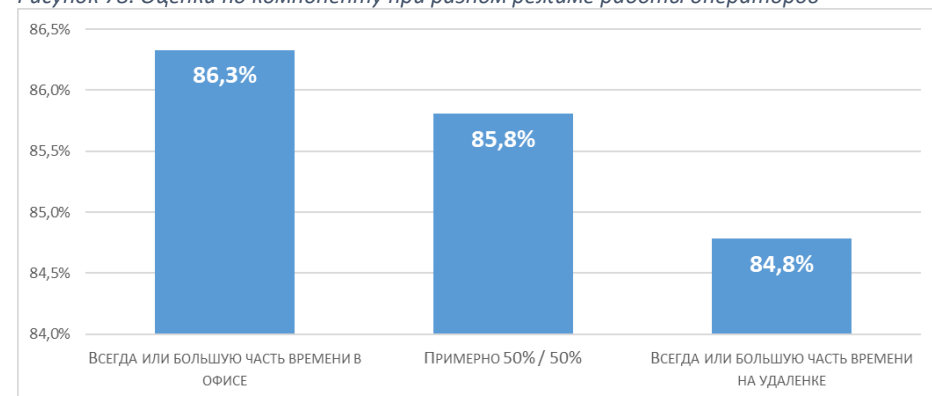


Рисунок 78. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Удовольствие от работы

Рисунок 79. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году

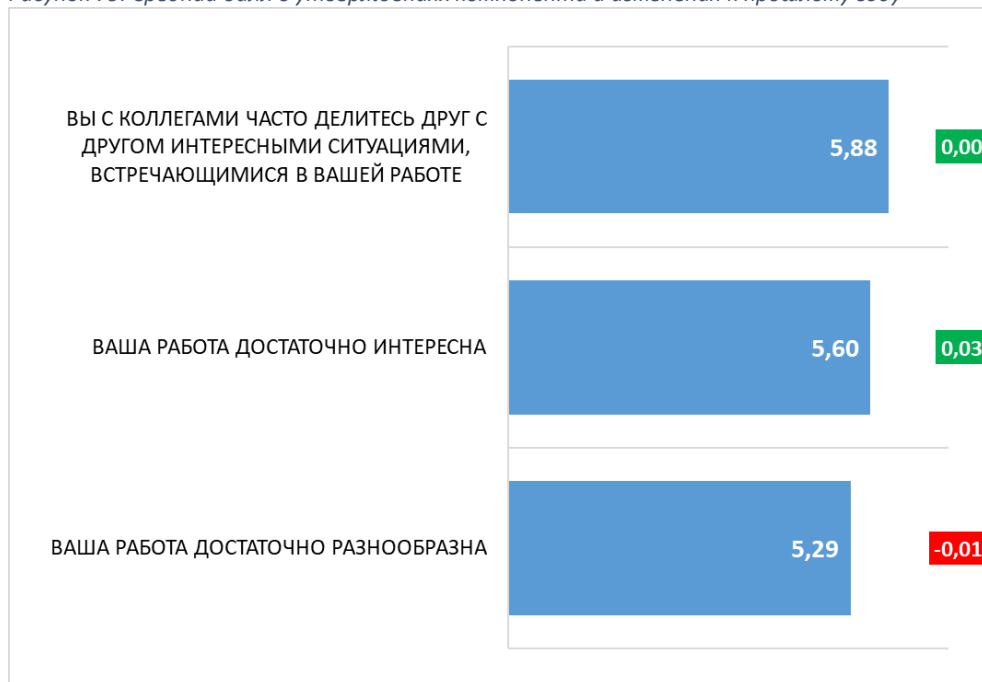


Рисунок 80. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 81. Оценки операторов различного пола

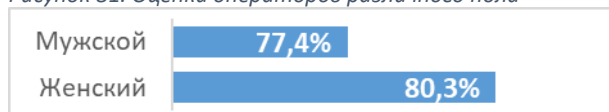


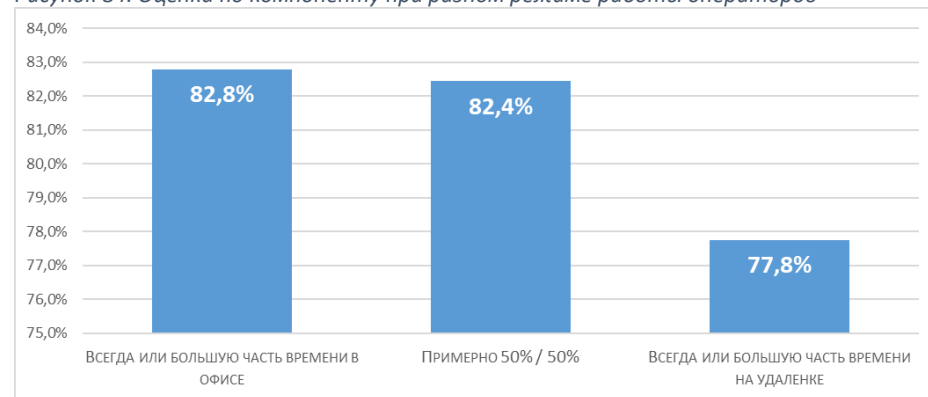
Рисунок 82. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

Максимум		Петрозаводск
Минимум		Санкт-Петербург

Рисунок 83. Средние значения по странам – участникам исследования

	79,5%
	83,8%
	78,7%
	73,8%
	82,2%

Рисунок 84. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Инструменты для работы

Рисунок 85. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году

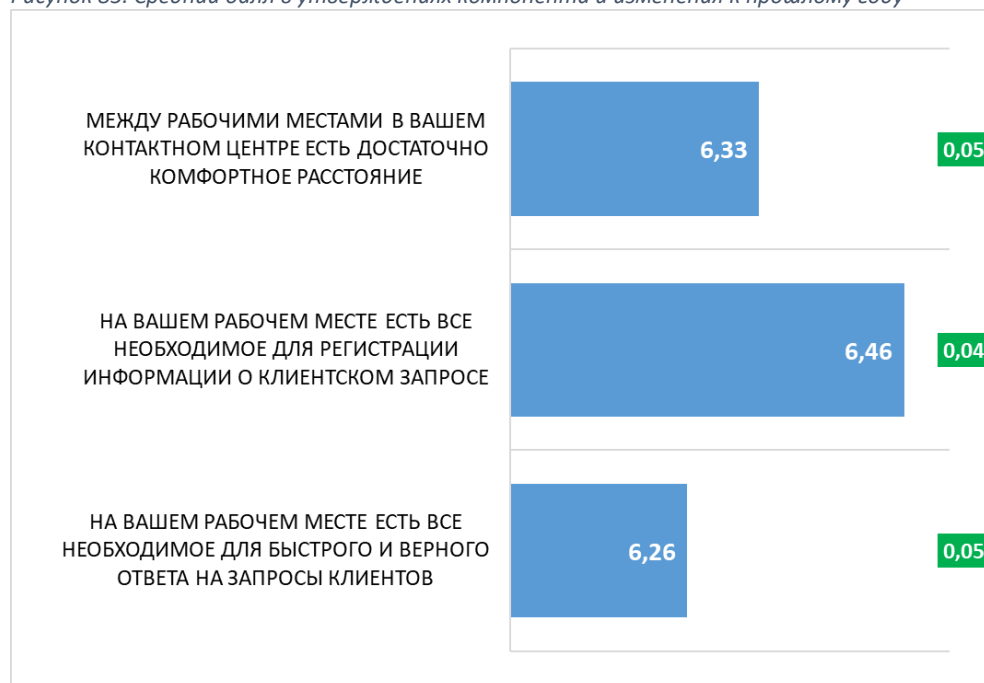


Рисунок 86. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 87. Оценки операторов различного пола

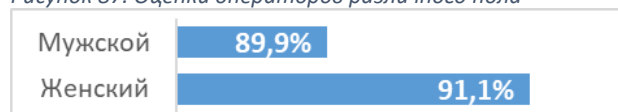


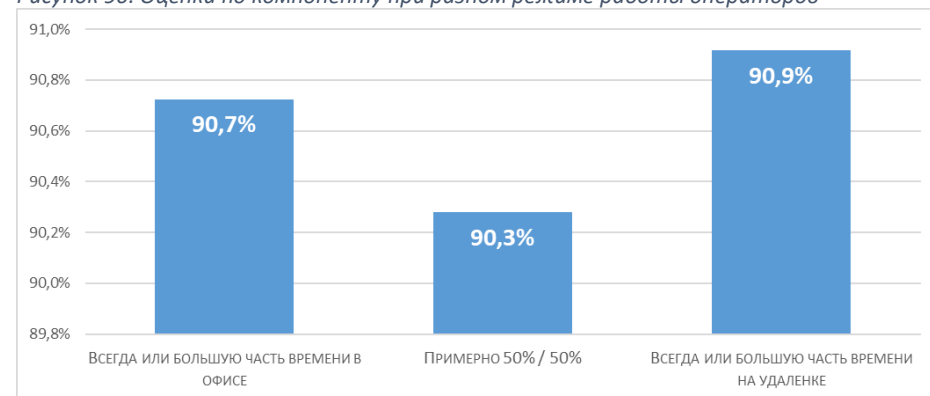
Рисунок 89. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 88. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

Максимум		Брянск
Минимум		Алматы

Рисунок 90. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Вовлеченность в процессы

Рисунок 91. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 92. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году

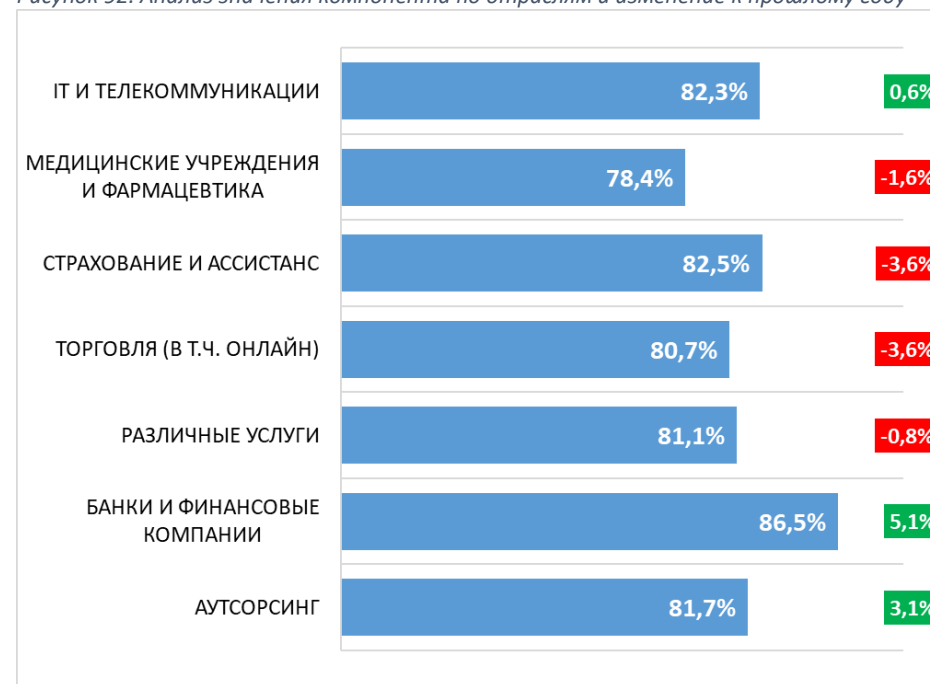


Рисунок 93. Оценки операторов различного пола

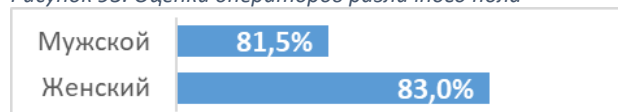


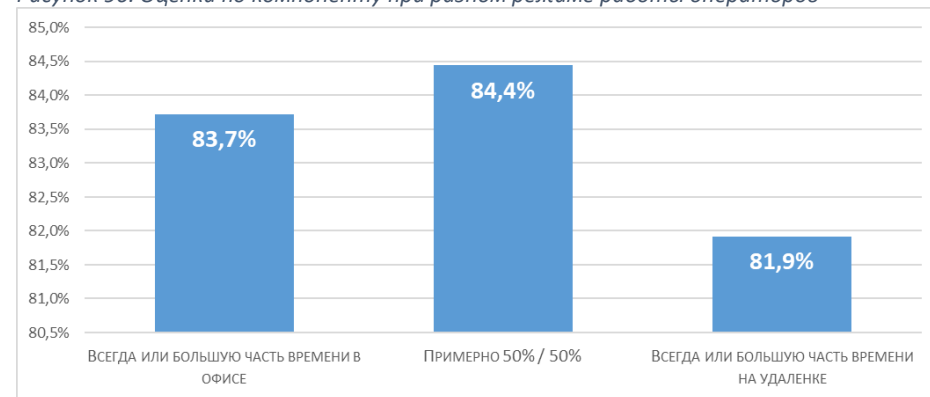
Рисунок 95. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 94. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

Максимум		Петрозаводск
Минимум		Краснодар

Рисунок 96. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Честность компании

Рисунок 97. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 98. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году

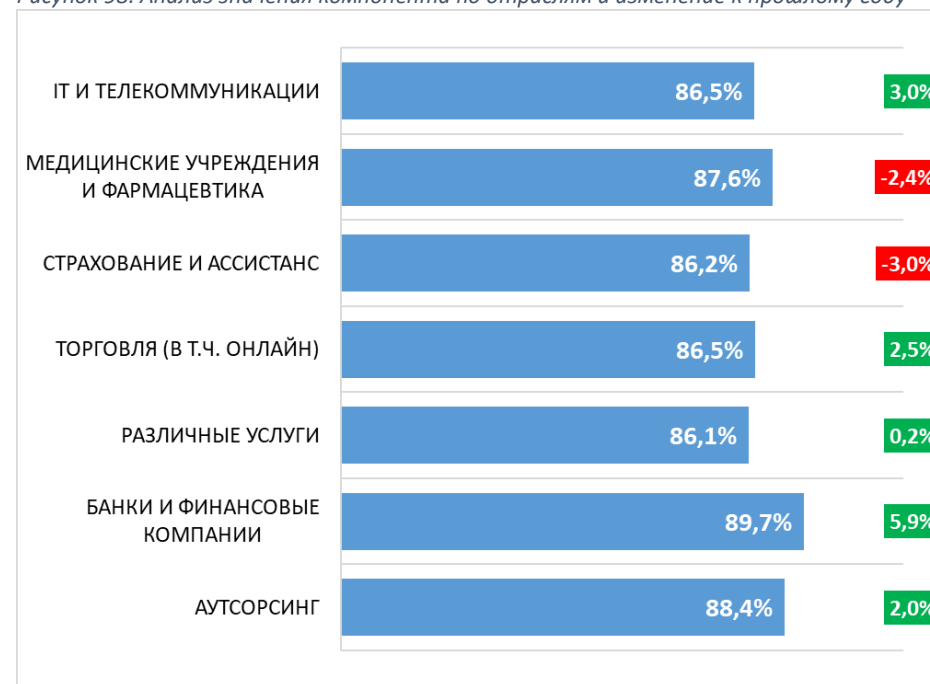


Рисунок 99. Оценки операторов различного пола

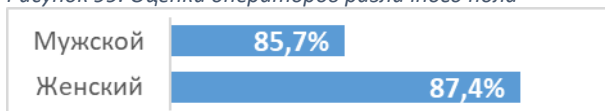


Рисунок 101. Средние значения по странам – участникам исследования

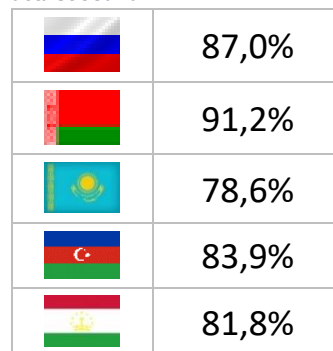
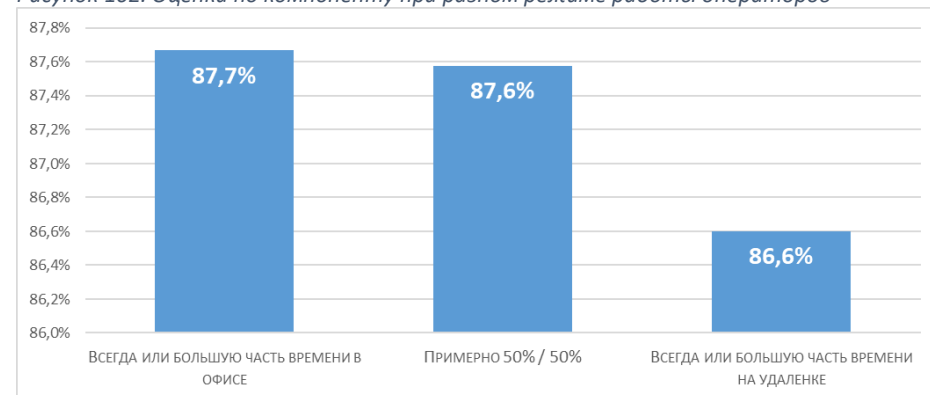


Рисунок 100. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

Максимум		Брянск
Минимум		Уфа

Рисунок 102. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Атмосфера в коллективе

Рисунок 103. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году

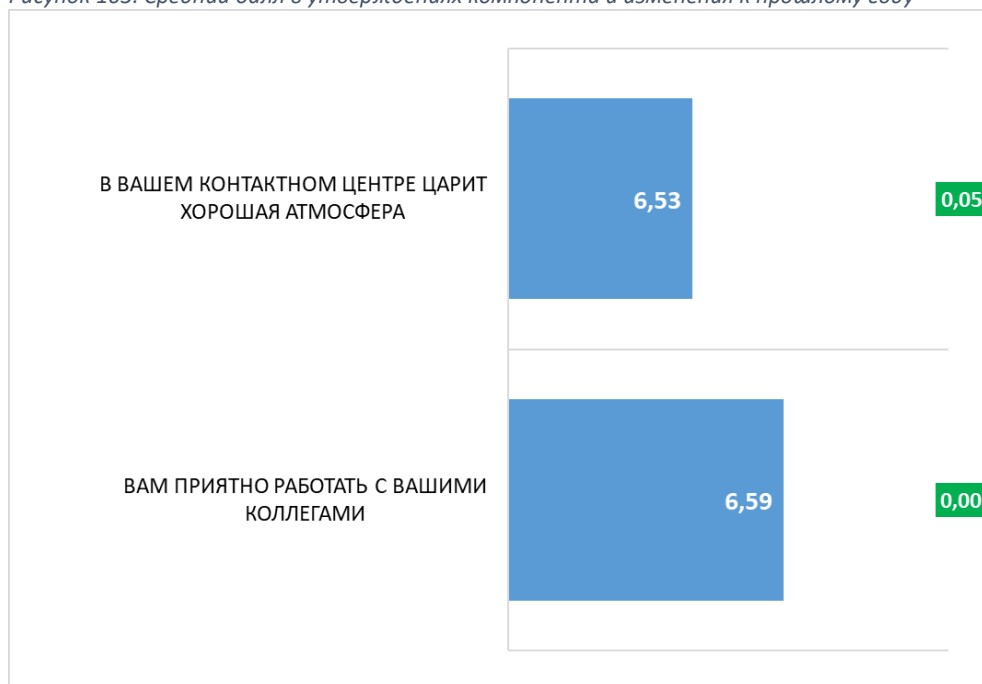


Рисунок 104. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 105. Оценки операторов различного пола

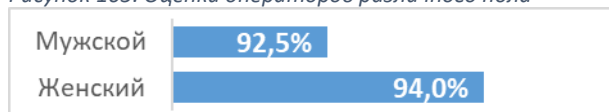


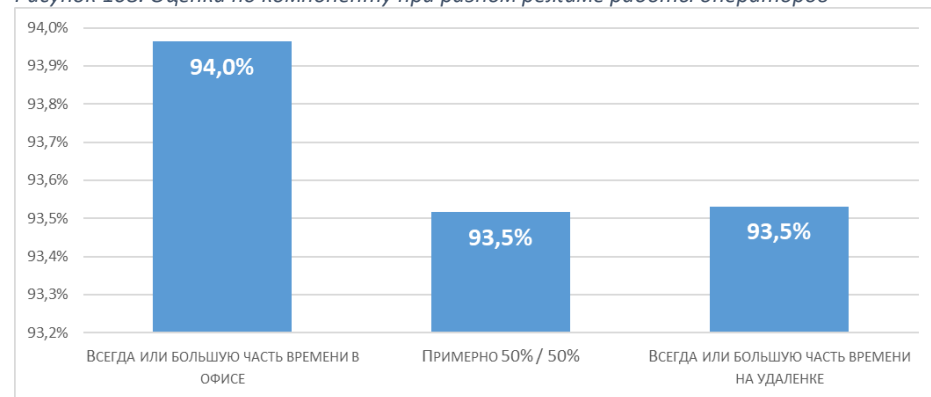
Рисунок 107. Средние значения по странам – участникам исследования



Рисунок 106. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

Максимум		Киров
Минимум		Казань

Рисунок 108. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Вознаграждение

Рисунок 109. Средний балл в утверждениях компонента и изменения к прошлому году



Рисунок 110. Анализ значения компонента по отраслям и изменение к прошлому году



Рисунок 111. Оценки операторов различного пола

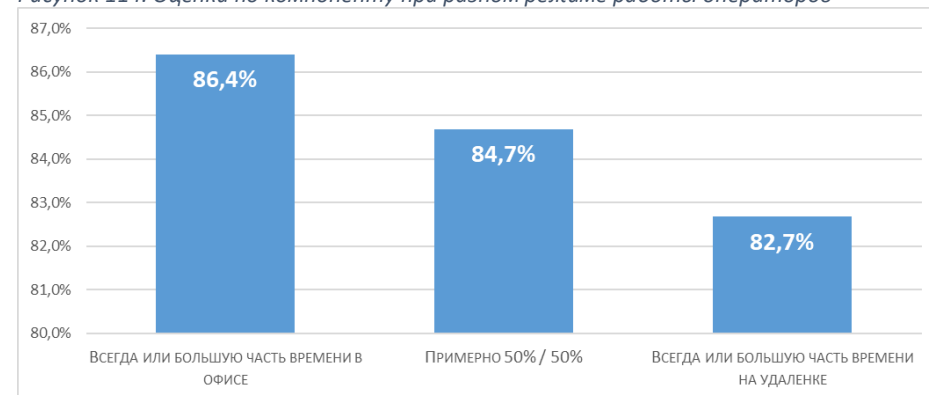
Рисунок 112. Города с наивысшим и самым низким значением по компоненту

Максимум		Петрозаводск
Минимум		Краснодар

Рисунок 113. Средние значения по странам – участникам исследования

	83,9%
	86,3%
	78,7%
	80,8%
	86,5%

Рисунок 114. Оценки по компоненту при разном режиме работы операторов



Заключение

Мы благодарим все контакт-центры, которые участвовали в исследовании, а также приглашаем присоединиться к этому и другим исследованиями бесплатно.

Информация о компании «Апекс Берг»



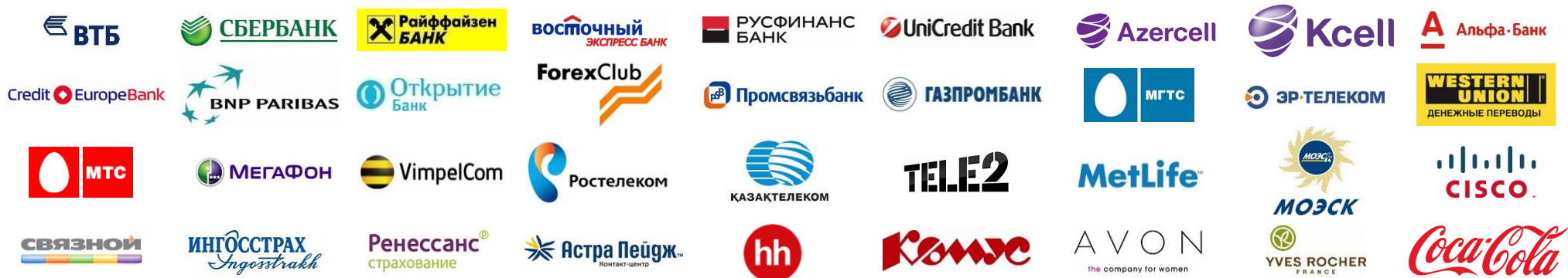
Компания Апекс Берг работает на рынке с 2006 года и заслужила репутацию высококлассной профессиональной консалтинговой и тренинговой компании не только в России, но и в странах СНГ.

За счет фокусирования нашего бизнеса на рынке Контакт-Центров и клиентского обслуживания мы очень хорошо понимаем стратегические задачи и возможности Контакт-Центров в различных организациях, структуру и составные элементы Контакт-Центров, их взаимодействие, возможные проблемы и подходы к оптимизации процессов и затрат.

Наши знания и опыт в сочетании с авторскими методиками и подходами к анализу и оптимизации позволяют нам гарантировать качество предоставляемых нами услуг и практический положительный результат от применения Заказчиками наших рекомендаций.

Коллектив Апекс Берг состоит из профессионалов, которые одними из первых в России и СНГ начали заниматься вопросами Call Центров и в настоящее время имеют большой опыт, как в создании, так и в управлении и развитии Call и Контакт-Центров. Мы постоянно стремимся к совершенствованию наших знаний и навыков. Мы также привлекаем к сотрудничеству ведущих специалистов в области подготовки персонала, разработки бизнес-процессов, технологических и программных решений для Call и Контакт-Центров.

Нашими клиентами являются компании из различных отраслей деятельности. Мы работаем как с крупными, так и с небольшими Контакт-Центрами, аутсорсинговыми и корпоративными, государственными и коммерческими.



С уважением, команда Апекс Берг.

Москва, апрель 2025 г.