

**Аналитический отчет**  
**по итогам мониторинга состояния информационной работы**  
**и цифровой зрелости членских организаций ФНПР**

*Одобен*  
*Постоянной комиссией Генерального Совета ФНПР*  
*по информационной политике 5 апреля 2023 года*

Департамент Аппарата ФНПР  
по связям с общественностью, молодежной  
политике и развитию профсоюзного движения

Москва  
2023

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение.....</b>	<b>3</b>
<b>Информационное обеспечение и взаимодействие членских организаций ФНПР .....</b>	<b>6</b>
<b>Выводы .....</b>	<b>28</b>
<b>Информационные ресурсы.....</b>	<b>30</b>
<b>Сайты членских организаций ФНПР .....</b>	<b>30</b>
<b>Выводы .....</b>	<b>45</b>
<b>Сообщества, страницы членских организаций ФНПР в социальной сети ВКонтakte, каналы в мессенджере Telegram .....</b>	<b>46</b>
<b>Мессенджер «Telegram» – официальные каналы .....</b>	<b>49</b>
<b>Социальная сеть «ВКонтakte» – официальные страницы .....</b>	<b>51</b>
<b>Социальная сеть «ВКонтakte» – личные страницы председателей .....</b>	<b>55</b>
<b>Выводы .....</b>	<b>57</b>
<b>Печатные СМИ членских организаций ФНПР .....</b>	<b>60</b>
<b>Выводы .....</b>	<b>68</b>
<b>Общая оценка информационной работы членских организаций ФНПР ..</b>	<b>69</b>
<b>Оценка цифровой зрелости членских организаций ФНПР .....</b>	<b>72</b>
<b>Выводы по оценке цифровой зрелости профсоюзных организаций.....</b>	<b>86</b>

## Введение

В рамках мероприятий Года информационной политики и цифровизации работы профсоюзов в период с ноября 2022 года по февраль 2023 года Департаментом Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения (далее – Департамент) совместно с членскими организациями ФНПР был проведен мониторинг информационных ресурсов 102 членских организаций ФНПР – общероссийских, межрегиональных профсоюзов (26 профсоюзов, включая 1 по договору, далее – профсоюзы) и территориальных объединений организаций профсоюзов (76 территориальных профобъединений, далее – ТООП). Часть организаций (8 ТООП и 13 профсоюзов) данные самообследования не предоставили<sup>1</sup>.

*В рамках исследования все профсоюзы и ТООП были разделены на условные категории по размеру членской базы, исходя из ранее сформированных рекомендаций ИПД АТиСО по оценке устойчивости профсоюза (минимальное количество членов профсоюза 400 тысяч человек). При этом внутри профсоюзов распределение произошло почти равномерно. В отношении ТООП исследования оценки устойчивости не производились, поэтому для того, чтобы результаты были сопоставимы, был взят тот же принцип разделения. Среди ТООП подавляющее большинство организаций попало в категорию по численности членов профсоюзов от 300 до 100 тыс. и менее 100 тыс.*

---

<sup>1</sup> Список организаций, не направивших данные для исследования:

**Общероссийские, межрегиональные профсоюзы:** Горно-металлургический профсоюз России, Межрегиональный профессиональный союз работников пищевых, перерабатывающих отраслей и смежных видов экономической деятельности Российской Федерации, Общероссийский профессиональный союз работников потребительской кооперации и предпринимательства, Общероссийский профсоюз военнослужащих, Общероссийский профсоюз работников природноресурсного комплекса Российской Федерации, Профессиональный союз работников органов безопасности Российской Федерации, Профсоюз адвокатов России, Профсоюз работников водного транспорта Российской Федерации, Профсоюз работников строительства и промышленности строительных материалов Российской Федерации, Профсоюз работников торговли, общественного питания, потребительской кооперации и предпринимательства Российской Федерации «Торговое Единство», Российский профсоюз работников рыбного хозяйства, Российский профсоюз работников среднего и малого бизнеса, Общероссийский профсоюз работников организаций безопасности

**Территориальные объединения организаций профсоюзов:** Союз "Объединение организаций профсоюзов Ханты-Мансийского автономного округа - Югры", Союз «Объединение организаций профсоюзов Республики Ингушетия», Союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Коми», Союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Тыва», Союз организаций профсоюзов в Республике Карелия, Союз организаций профсоюзов Ямало-Ненецкого автономного округа, «Новгородская областная Федерация профсоюзов», Союз организаций профсоюзов "Федерация профсоюзов Республики Саха (Якутия)»

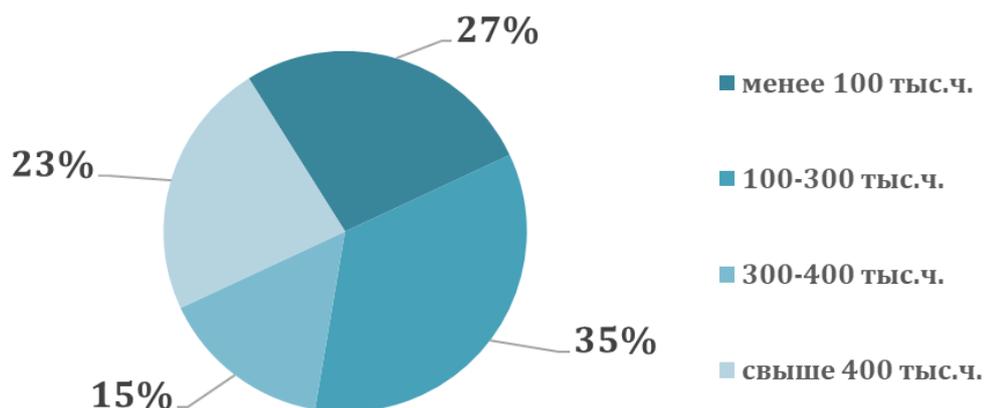


Рис. 1. Профсоюзы, принявшие участие в обследовании

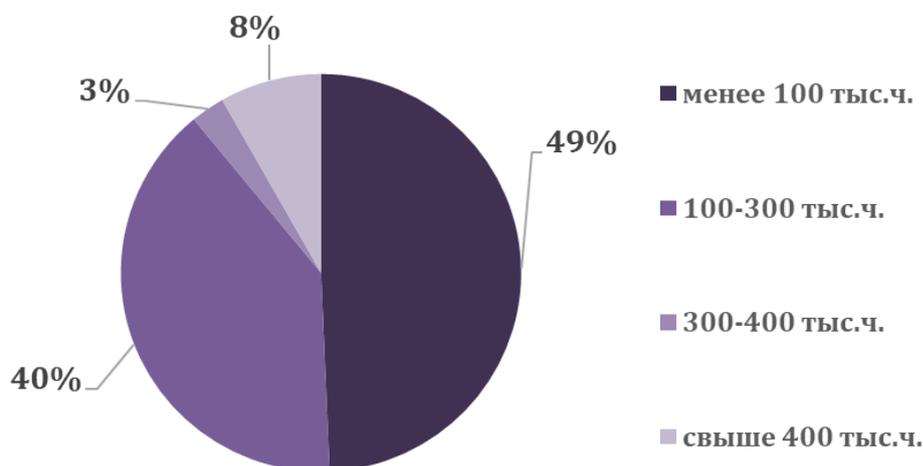


Рис. 2. ТООП, принявшие участие в обследовании

Мониторинг проведен на основании *Методики оценки информационной работы и цифровой зрелости профсоюзной организации*<sup>2</sup>, разработанной Экспертной группой при Постоянной комиссии Генерального Совета ФНПР по информационной политике и утвержденной данной комиссией 7 сентября 2022 года (далее - Методика).

В рамках обследования Департаментом были проанализированы сайты организаций (их техническое состояние и содержательное наполнение), страницы в социальных сетях организаций и их молодежных советов (комиссий), личные страницы председателей членских организаций,

<sup>2</sup> Методика оценки информационной работы и цифровой зрелости профсоюзной организации – Приложение 1.

печатные средства массовой информации (их структура и содержательное наполнение), а также проведен опрос среди членских организаций ФНПР (*самообследование*) об информационном обеспечении и взаимодействии, об информационной структуре и ее кадровом обеспечении, о степени внедрения цифровых технологий в текущую работу профсоюзов. При проведении обследования фиксировалась дата замеров, так как содержимое информационных ресурсов динамично изменяется. Не учитывались страницы, группы, аккаунты и каналы профсоюзных организаций, входящих в структуру членских организаций ФНПР. Однако следует отметить, что у ряда территориальных организаций и ППО, а также их руководителей есть обширный опыт в данном направлении.

*При анализе результатов проведено исследование влияния следующих параметров:*

- *численность членских организаций ФНПР* (свыше 400, 400-300, 300-100 и менее 100 тыс. членов профсоюзов);
- *заявленное самими организациями финансирование информационной работы* (в полном от установленного норматива в 5% от профсоюзного бюджета объеме, в неполном объеме и отсутствие финансирования);
- *уровень кадрового потенциала информационной работы* (индекс, сформированный как средневзвешенное значение равноценных показателей, описывающих наличие кадровой структуры, обучение кадров и вовлечение актива в информационную работу, разделенный по группам – ниже 60%, от 60 до 80% и свыше 80%).

Оценка уровня цифровой зрелости проведена впервые.

На основании данных, полученных в ходе обследования информационных ресурсов членских организаций ФНПР, проведенного в 2021 году, выполнен сравнительный анализ состояния сайтов и социальных сетей.

Значимой задачей исследования также стала оценка влияния финансирования и кадровых ресурсов на уровень информационной работы.

Приведенные результаты целесообразно рассматривать как общие тенденции, безотносительно к отдельно взятой членской организации.

## **Информационное обеспечение и взаимодействие членских организаций ФНПР**

Департамент проанализировал итоги самообследования членских организаций ФНПР по вопросам общего уровня информационного обеспечения. Под информационным взаимодействием подразумевается система методов, средств и концепций по распространению в средствах массовой информации, социальных сетях и по иным каналам связи информации о работе профсоюзов и профсоюзных объединений, инициативах ФНПР и ее членских организаций по решению задач в социально-трудовой сфере; взаимодействию с иными институтами общества и государства, оказывающими влияние на формирование общественного мнения. Параметры для самообследования взяты организациями в полном объеме согласно Методике.

Согласно Плану мероприятий по проведению Года информационной политики и цифровизации работы профсоюзов, членским организациям ФНПР было поручено привести свои системные документы в соответствие с новой редакцией Концепции информационной политики ФНПР (постановление Генерального Совета ФНПР от 24 ноября 2021 года № 10-5). В Федерацию поступила информация от 104 из 122 организаций (85%), в том числе от 26 общероссийских, межрегиональных профсоюзов и 78 территориальных объединений организаций профсоюзов (ТООП). ***Привели в соответствие свои документы (выполнили решение Генерального Совета ФНПР) 14 общероссийских, межрегиональных профсоюзов и 46 территориальных объединений организаций профсоюзов.***

Финансирование информационной работы осуществляется не во всех организациях. Из 102 опрошенных организаций отсутствие финансирования на данный вид деятельности отметили 4 ТООП<sup>3</sup>. Все 4 организаций имеют численность менее 100 тыс. членов профсоюза.

В полном объеме, согласно Концепции информационной политики ФНПР, утвержденной Генсоветом ФНПР, то есть в размере 5% от бюджета организации, финансирование осуществляется в 10 профсоюзах. В 15 профсоюзах информационная работа недофинансирована, что составляет почти половину профсоюзов (всего в составе ФНПР – 38, в обследовании приняли участие 26). ***Стоит отметить, что 5 из 6 профсоюзов с***

---

<sup>3</sup> Список членских организаций, сообщивших об отсутствии финансирования на информационную работу: Союз «Карачаево-Черкесское республиканское объединение организаций профсоюзов», Союз "Объединение организаций профсоюзов Республики Бурятия", Калмыцкий республиканский союз организаций профсоюзов – «Федерация профсоюзов Калмыкии», Федерация профсоюзов Донецкой Народной Республики

**численностью свыше 400 тыс. членов финансируют информработу в полном объеме. И чем меньше профсоюз – тем чаще данное направление недофинансируется. У профсоюзов численностью от 100 до 300 тыс. членов только 2 из 9 организаций выделяют рекомендованные 5% профбюджета. Из 7 профсоюзов менее 100 тыс. членов одна организация находит возможность на полное финансирование.**

Ситуация с финансированием информационной работы в ТООП выглядит лучше. В полном объеме финансирование осуществляется в 41 ТООП, что составляет более половины от опрошенных.

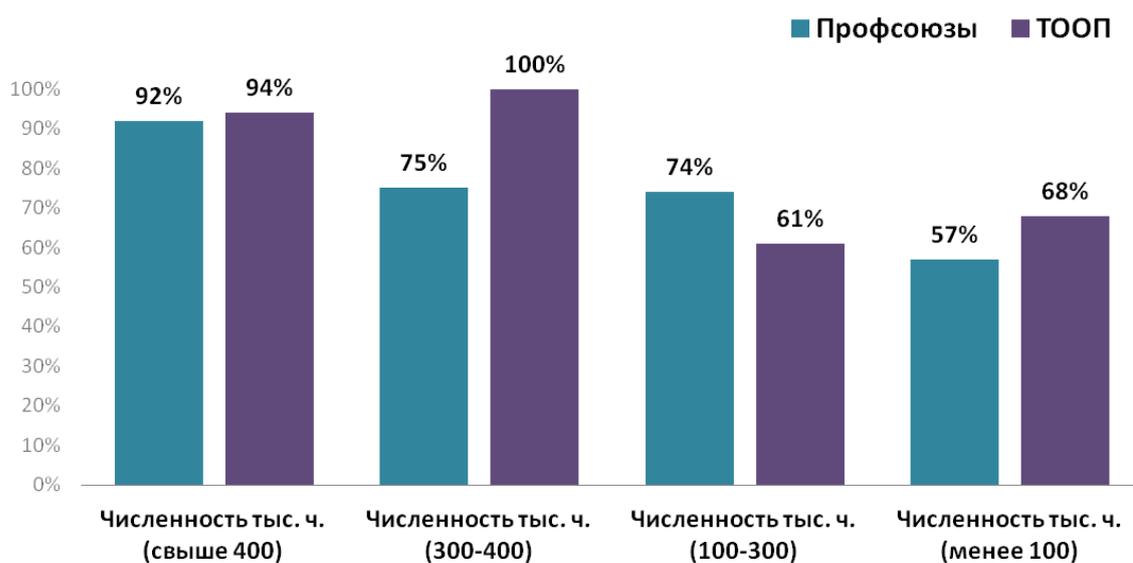


Рис. 3. Уровень финансирования исходя из численности профсоюзных организаций.

При этом падение возможностей финансирования начинается с численности ниже 300 тыс. членов. Даже в числе ТООП с численностью менее 100 тыс. членов есть немало тех, кто финансирует информработу по нормативам. **По приведенным данным можно сделать вывод – размер членской базы слабо влияет на возможность ТООП финансировать информработу в полном объеме.**

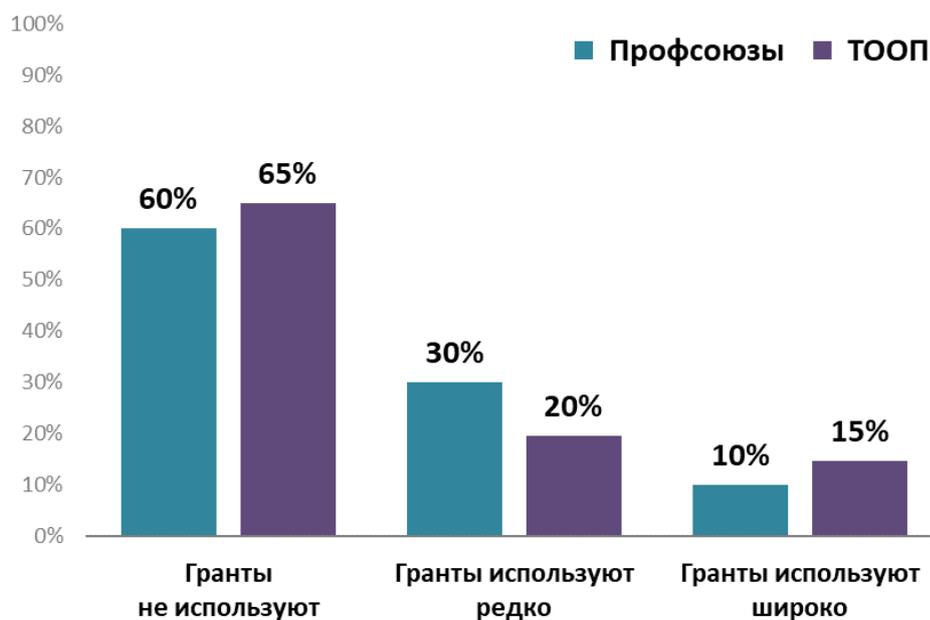


Рис. 4. Использование грантов в организациях с полным финансированием.



Рис. 5. Использование грантов в организациях с частичным финансированием.

**Членские организации ФНПР недооценивают возможность привлечения средств грантов.** Более половины из опрошенных, как ТООП, так и профсоюзов, не используют гранты для финансирования информационного направления деятельности.

**При этом исследование показывает, что гранты привлекают как ТООП, так и профсоюзы, уровень владения этим инструментом финансирования примерно одинаков** (% использующих от общего числа ТООП и профсоюзов соответственно). Примечательно, что единственный профсоюз, широко использующий гранты на информработу – Профсоюз работников здравоохранения, финансирует информационную работу в полном объеме. Такое двухканальное финансирование открывает расширенные возможности. Второй примечательный факт – никто из ТООП,

сообщивших об отсутствии финансирования информработы, не использует гранты.

В рамках исследования сформирован показатель «общий уровень работы со внешними СМИ» как процент, набранный организацией от максимально возможной суммы по всем показателям, характеризующим работу со внешними СМИ согласно Методике. У большей части профсоюзов работа со внешними СМИ находится на низком уровне - нет списка СМИ-партнеров, мало публикаций, не отлажены партнерские программы, нет гарантий для информационной работы в документах соцпартнерства. Причем у профсоюзов данный показатель прямо коррелирует с численностью – чем меньше организация, тем слабее взаимодействие.

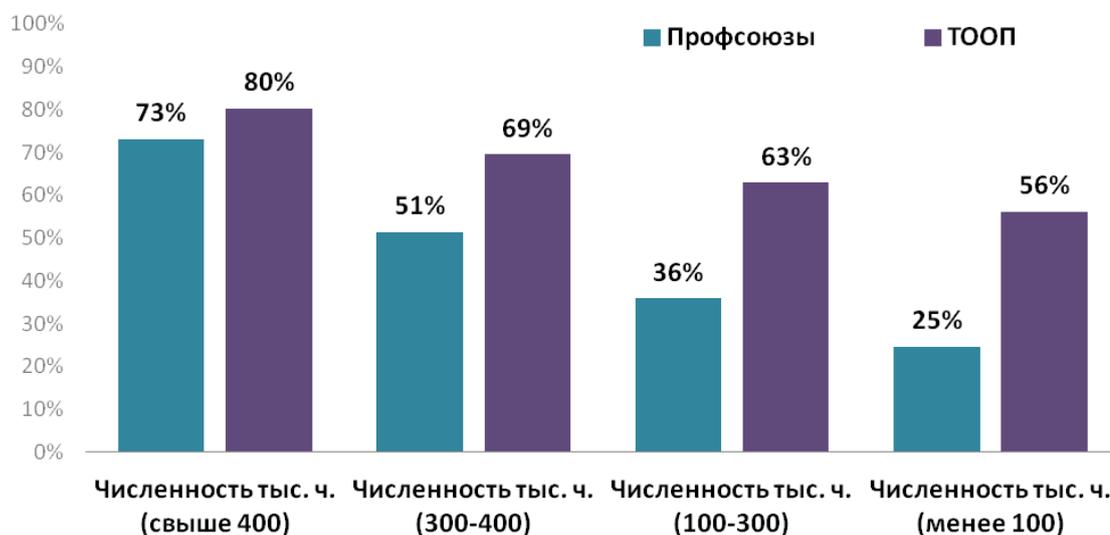


Рис. 6. Общий уровень работы с внешними СМИ в зависимости от численности организации

У ТООП общий уровень работы с внешними СМИ гораздо выше и менее зависим от численности организации. Возможная причина такой разницы между ТООП и профсоюзами в том, что региональные СМИ в силу скудности повестки чаще используют профсоюзные новости, однако это одновременно и *ресурс профсоюзов* – им необходимо *дополнять работу с федеральными СМИ работой с региональными СМИ* (например, о изменениях в отрасли рассылать пресс-релизы в региональные СМИ с указанием контактов теркомов для комментариев на месте).

Исследование показывает, что *уровень взаимодействия профсоюзов и ТООП с внешними СМИ зависит от финансирования организацией информработы, однако полное финансирование не гарантирует высокого уровня взаимодействия со СМИ.*

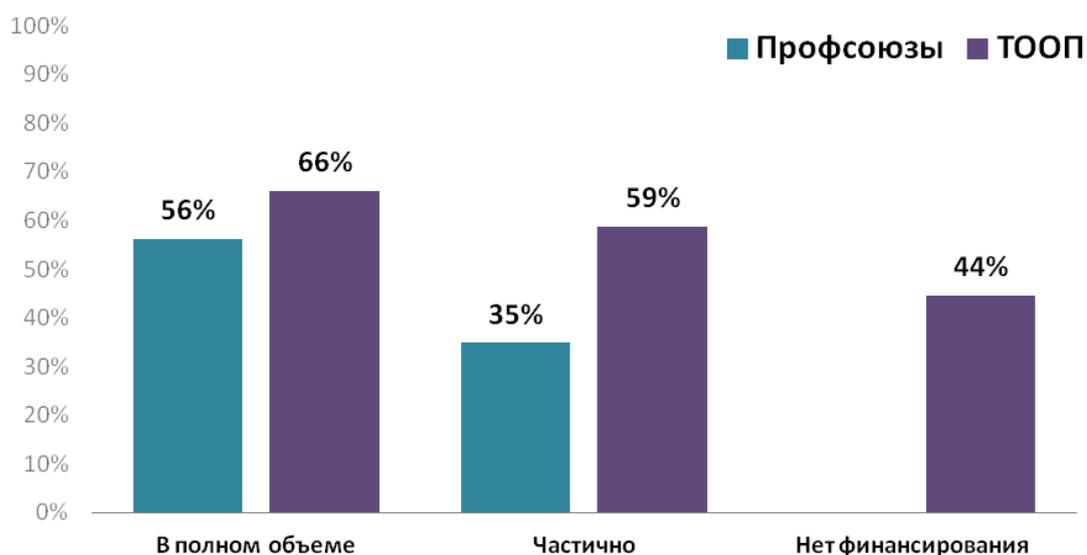


Рис. 7. Общий уровень работы с внешними СМИ в зависимости от финансирования

Целесообразно также проанализировать взаимосвязь уровня работы с внешними СМИ и кадрового потенциала (уровня кадрового обеспечения) – есть ли у сотрудников, отвечающих за эту работу, время, а также знания и навыки для такого круга задач.

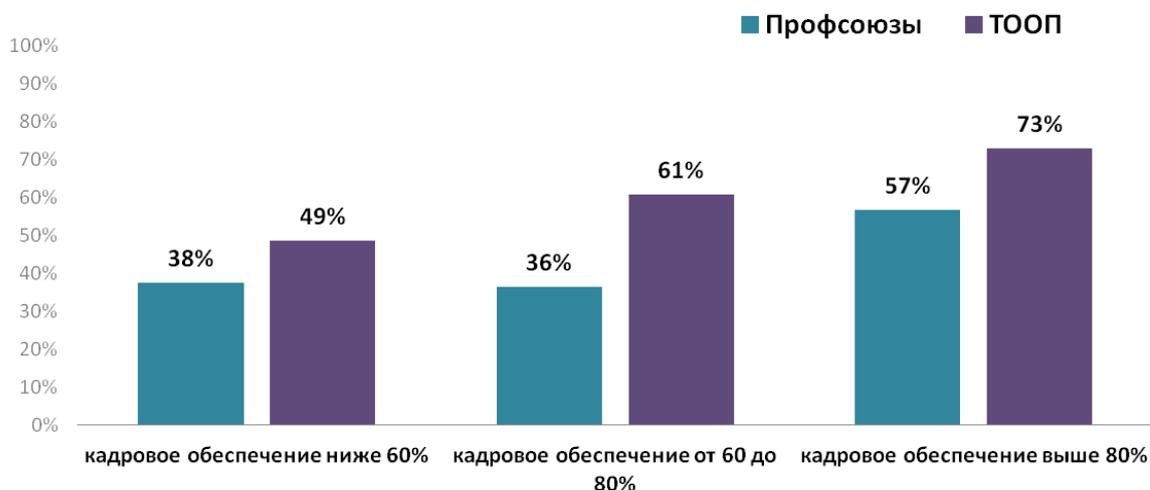


Рис. 8. Общий уровень работы с внешними СМИ в зависимости от кадрового потенциала

Данные исследования показывают, что кадровое обеспечение информационной структуры ниже 80% (ситуация, когда допускается совмещение информационной работы с иными направлениями, сотрудники не проходят обучения по всем 4 уровням профсоюзного образования, перед профсоюзным активом не ставится задача по их активному участию в информработе) для профсоюзов является в вопросах взаимодействия со внешними СМИ критическим. Попадание в повестку федеральных СМИ требует от профсоюзов значимых усилий. У ТООП в этом смысле ситуация

несколько иная в силу того, что контактировать им приходится больше с региональными изданиями и самих инфоповодов для таких контактов априори больше.

С учетом всего вышесказанного можно сделать вывод - *профсоюзы и ТООП могут попадать в повестку внешних СМИ независимо от финансирования при наличии новостей, затрагивающих интересы большого количество людей. При этом успех в работе со СМИ в значительной степени зависит от уровня подготовки кадров, работающих в данном направлении.*

Большинство – 69 % - профсоюзов широко используют предлагаемые ФНПР на безвозмездной основе ресурсы и сервисы - ВКС, сайт ФНПР, страницы ФНПР в соцсетях - как источники материалов, личный кабинет организации на сайте ФНПР, методические материалы, проходят обучение.

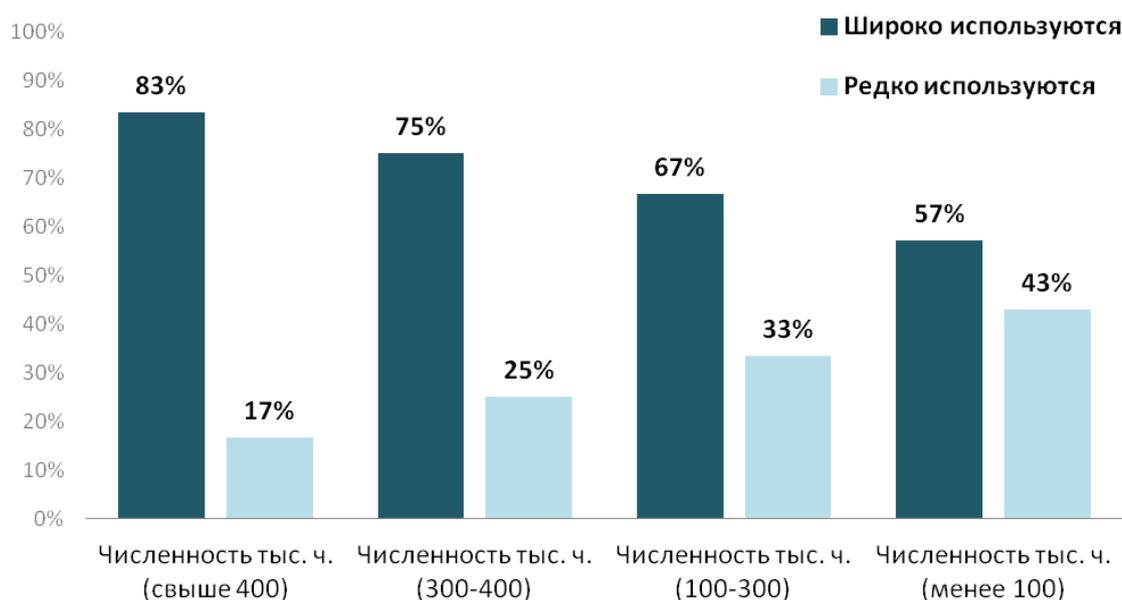


Рис. 9. Использование информресурсов ФНПР профсоюзами в зависимости от их членской базы

ТООП, по результатам самообследования, больше используют данные ресурсы (83% организаций широко их используют, 17% - реже прибегают к ним). В то же время анализ организаций по численности говорит о том, что *чем меньше организация, тем реже она пользуется ресурсами, предоставленными ей со стороны ФНПР.*

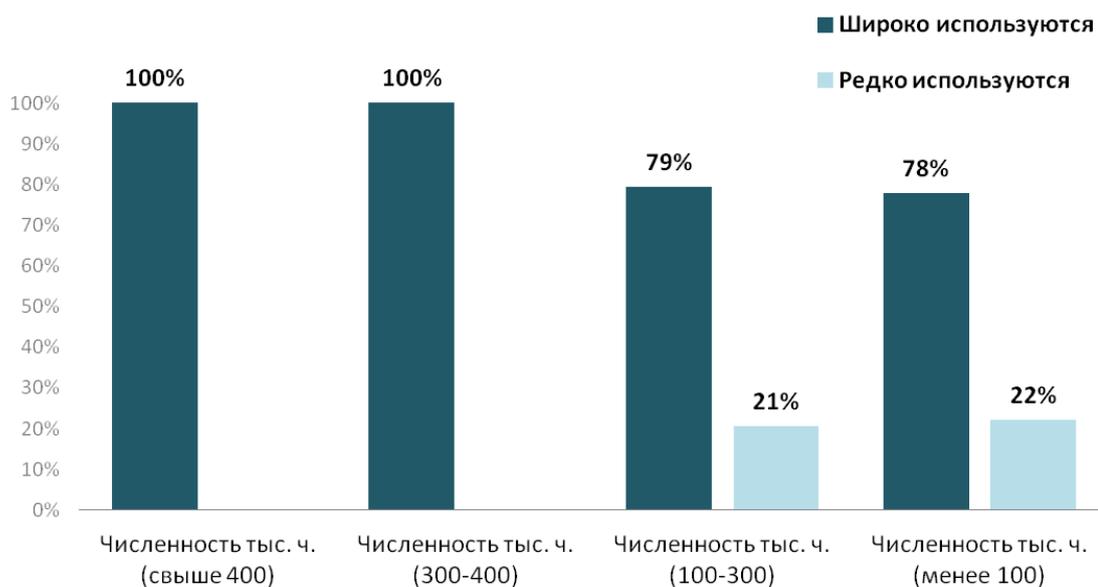


Рис. 10. Использование информресурсов ФНПР ТООП в зависимости от их членской базы.

На 1 февраля 2023 года доступ к личным кабинетам на сайте ФНПР – одному из бесплатных ресурсов Федерации для членских организаций получили 95 организаций: 18 общероссийских, межрегиональных профсоюзов и 75 территориальных объединений организаций профсоюзов, а также 2 профсоюза, сотрудничающие с ФНПР на основе соглашения. Периодически публикуют информацию только 44 организации.

Отдельного внимания заслуживает описание состояния кадрового потенциала членских организаций ФНПР при реализации информационной работы. До сих пор не во всех организациях сформирована информационная структура<sup>4</sup>. Причем, чем меньше у организации членов профсоюзов, тем хуже реализован данный пункт Концепции – чаще встречается совмещение трудовых функций у штатных сотрудников или полное отсутствие специалиста по информационной работе.

В профсоюзах лишь в 50% организаций есть как минимум один штатный сотрудник по информационной работе. Крайне низкие показатели по данному направлению у профсоюзов численностью от 300 до 400 тыс.членов. У 46% профсоюзов данное направление работы поручено активисту или штатному специалисту по совместительству с иной деятельностью. В 1 профсоюзе нет работника, отвечающего за информационную работу – в Профсоюзе работников жизнеобеспечения.

<sup>4</sup> Информационная структура – пресс-центр, пресс-служба, пресс-секретарь, отдел (департамент), информационный работник, иное структурное подразделение, осуществляющее деятельность по реализации информационной политики в профсоюзной организации, входящей в организационную структуру ФНПР (Концепция информационной политики ФНПР, утверждена постановлением Генсовета ФНПР от 24.11.2021 г. № 10-5).



Рис. 11. Наличие информационной структуры в ТООП и профсоюзах в зависимости от их членской базы.

В большинстве ТООП информационная структура сформирована лучше – в 64% организаций есть как минимум один штатный сотрудник по информационной работе. В 32% ТООП информационной работой занимаются по совместительству. В 3 ТООП нет работника, отвечающего за информационную работу: Профобъединение Республики Алтай, Федерация профсоюзов Республики Северная Осетия-Алания, Федерация профсоюзов Еврейской автономной области. Наличие структуры в явном виде зависит от наличия финансирования.

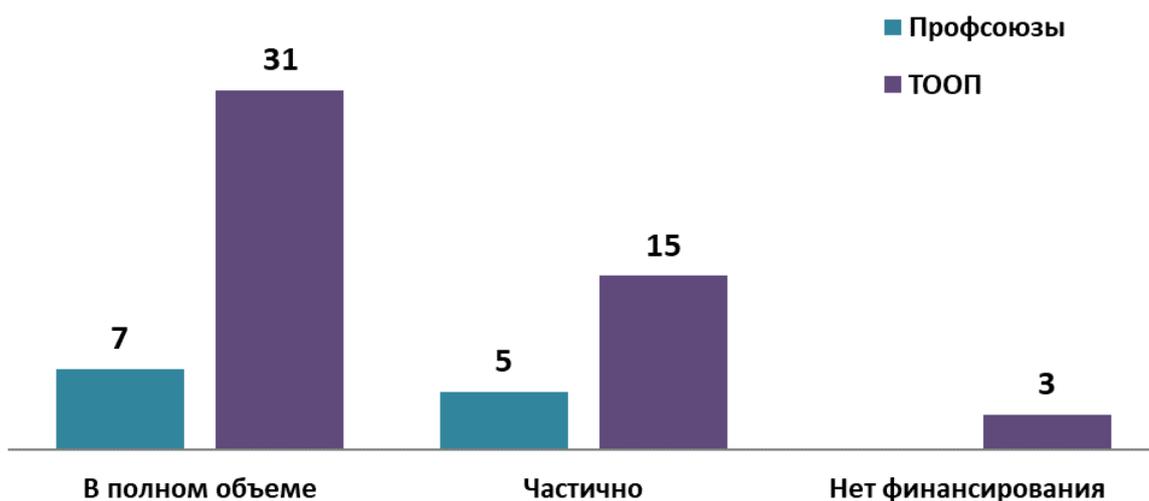


Рис. 12. Число ТООП и профсоюзов, где есть минимум один информработник, в зависимости от уровня финансирования (из 26 профсоюзов и 76 ТООП).

Исследование показало, что и ТООП, и профсоюзы недостаточное внимание уделяют подготовке кадров в сфере информационной работы.

Концепция профсоюзного образования ФНПР<sup>5</sup> четко определяет уровни профсоюзного образования, по которым должен быть обучен штатный специалист. На данный момент эти требования членскими организациями не выполняются. Причем нет прямой корреляции с размером организаций и общим финансированием информработы. Можно отметить лишь негативную тенденцию, крупные организации, имеющие полное нормативное финансирование, не обращают внимание на кадровые потребности информационной работы – не отправляют своих работников на переподготовку, на модульные короткие программы, при том, что сегодня в сфере информационной работе знания крайне быстро теряют свою актуальность.

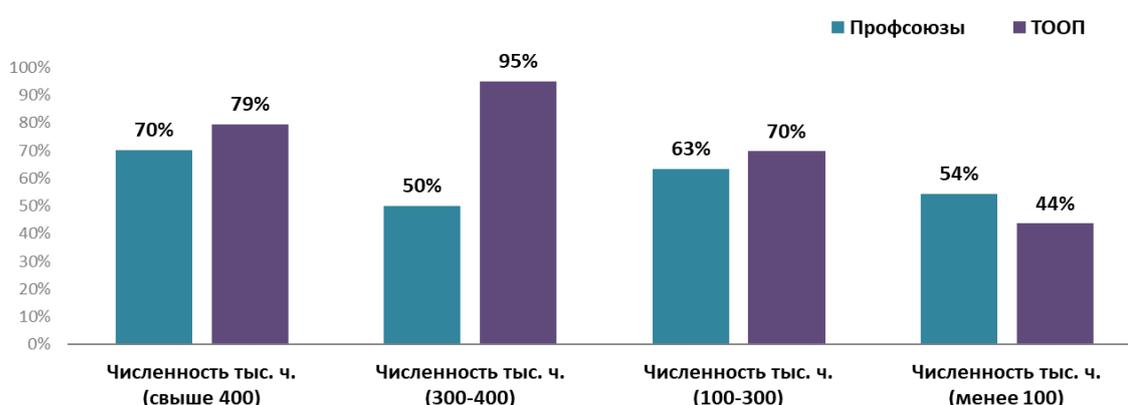


Рис. 13. Уровень подготовки кадров для информработы в ТООП и профсоюзах в зависимости от их членской базы.

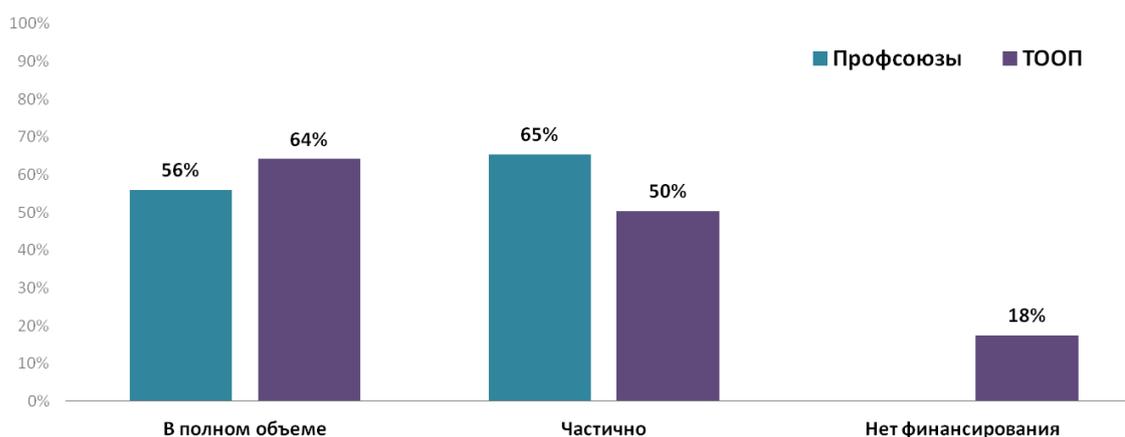


Рис. 14. Уровень подготовки кадров для информработы в ТООП и профсоюзах в зависимости от уровня финансирования данного направления работы.

Общий вывод по кадровому обеспечению выглядит следующим образом:

<sup>5</sup> Утверждена постановлением Исполкома ФНПР от 03.03.2021 г. № 3-9.

- *организации с численностью свыше 400 тыс.членов профсоюзов могут себе позволить наличие информструктуры, но не уделяют внимание обучению ее сотрудников;*
- *положительный опыт построения кадрового обеспечения информработы в ТООП с численностью от 300 до 400 тыс.членов профсоюзов заслуживает дополнительного изучения;*
- *профсоюзам с численностью от 300 до 400 тыс.членов необходимо особое внимание обратить на кадровое обеспечение информационной работы.*

Интересные данные получены при анализе вовлечения актива в информработу. И ТООП и профсоюзы в разной степени привлекают свой актив к информационной работе. При этом потенциал молодёжи используется активнее, в то время как среди членов профсоюзов, уже достигших 35 летнего возраста (например, в возрастной группе 35-45 лет) достаточно много активных пользователей социальных сетей, чей потенциал, судя по полученным данным слабо используется.

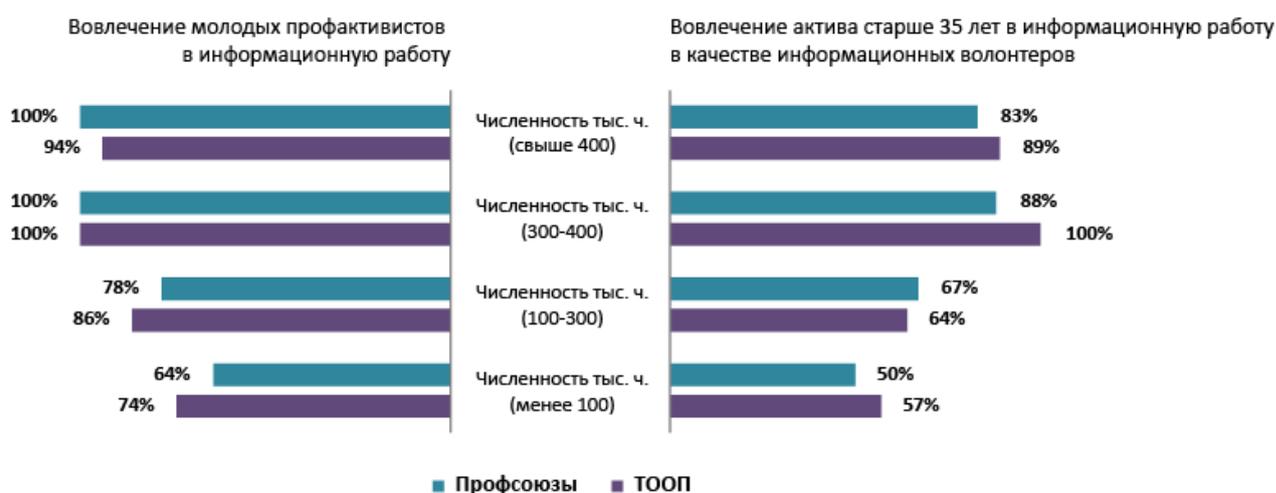


Рис. 15. Вовлечение молодых проактивистов и актива старше 35 лет в информационную работу

Можно предположить, что именно за счет ресурса активистов профсоюзы численностью от 300 до 400 тыс. членов профсоюза компенсируют недоукомплектованность и недообученность своих информструктур.

Значимым показателем в информационной работе является безопасность для организации работы с чатами и базами актива: контроль доступа к этим ресурсам, гарантия от перехвата управления ими, соблюдения мер предотвращения утечки данных. ТООП по этому показателю превосходят ЦК – работа с базами данных и чатами актива чаще поручается

штатным сотрудникам, чем активистам. *Обращает на себя внимание низкий показатель безопасности у крупных профсоюзов.*

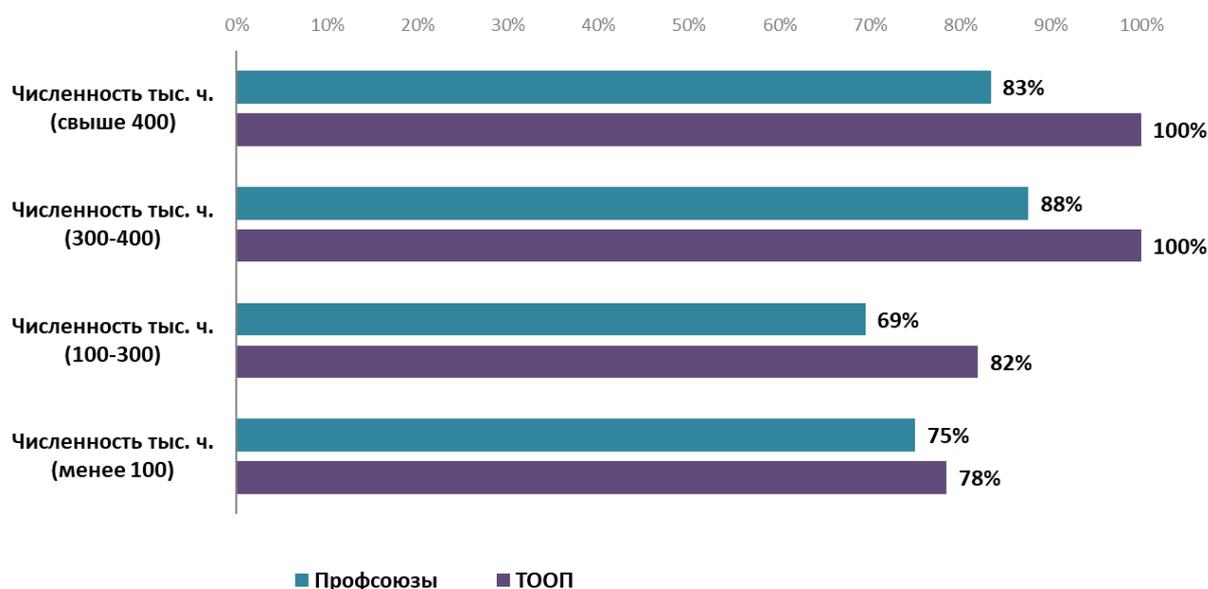


Рис. 16. Информационная безопасность чатов и баз данных

Обеспечение базового уровня подготовки в полном объеме подразумевает, что все сотрудники информструктуры или информационные активисты, системно привлекаемые к информационной работе, имеют профильное высшее, средне-специальное образование (журналистика, связи с общественностью и т.п.). ТООП чаще привлекают к этой работе специалистов с профильным образованием.

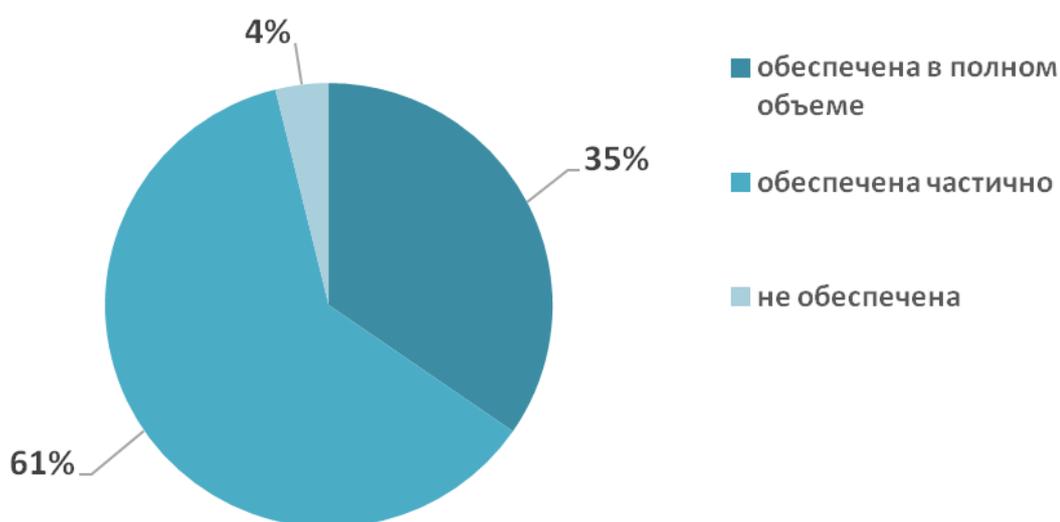


Рис. 17. Базовая подготовка специалистов по информационной работе профсоюзов.

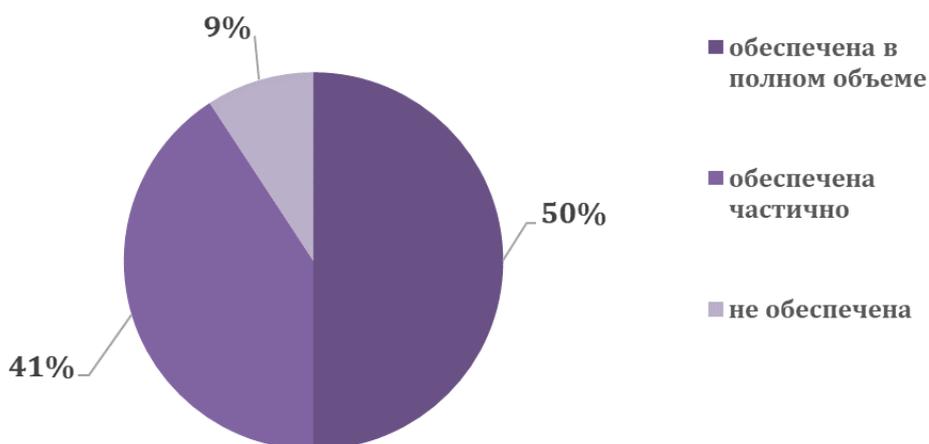


Рис. 18. Базовая подготовка специалистов по информационной работе ТООП

Если предположить равнозначность вклада всех направлений работы с кадровым обеспечением информационной работы, то профиль членских организаций будет выглядеть следующим образом.

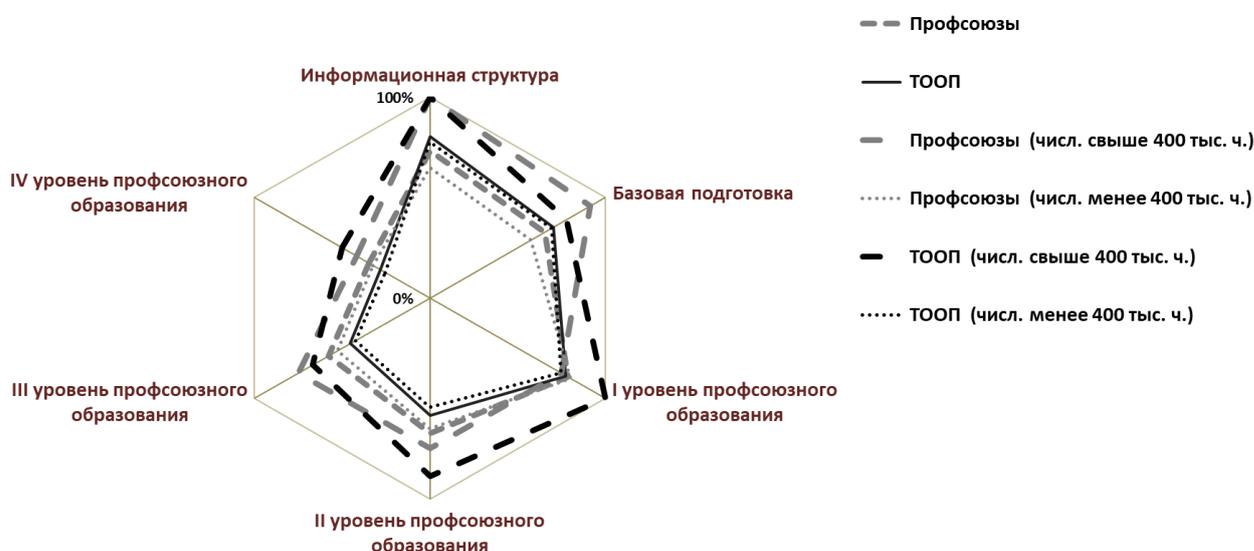


Рис. 19. Сбалансированность состояния кадрового обеспечения в организациях с учетом численности организаций.

ТООП с численностью свыше 400 тыс.членов предпочитают создать информструктуру, нанять специалиста без базового профильного образования и доучить, профсоюзы с той же численностью, наоборот, выбирают специалистов с профильным образованием, но не уделяют внимания дальнейшей подготовке. У организаций (и ТООП, и профсоюзов) с численностью менее 400 тыс.членов реже сформирована структура, реже

наняты специалисты с профильным образованием и реже проходит их переобучение.

**Самое слабое звено подготовки – IV уровень профсоюзного образования** - на котором все сотрудники информструктуры или информационные активисты, системно привлекаемые к информационной работе, должны пройти профессиональную переподготовку (в объеме не менее 250 часов) по профилю своей деятельности с учетом профсоюзной специфики.

Только 11 организаций сообщили о прохождении данного уровня их специалистами: Российский профсоюз работников радиоэлектронной промышленности, Профсоюз работников лесных отраслей РФ, Всероссийский Электропрофсоюз, Челябинский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Челябинской области», Союз «Московское областное объединение организаций профсоюзов», Союз «Иркутское областное объединение организаций профсоюзов», Союз «Тюменское межрегиональное объединение организаций профсоюзов «Тюменский областной совет профессиональных союзов», Омский областной союз организаций профсоюзов «Федерация Омских профсоюзов», Региональный союз «Гамбовское областное объединение организаций профсоюзов», Союз «Федерация профсоюзов Республики Татарстан», Нижегородский областной союз организаций профсоюзов «Облсовпроф».

Стоит отметить, что в профсоюзных учебных центрах отсутствуют программы, соответствующие современным требованиям к данной области.

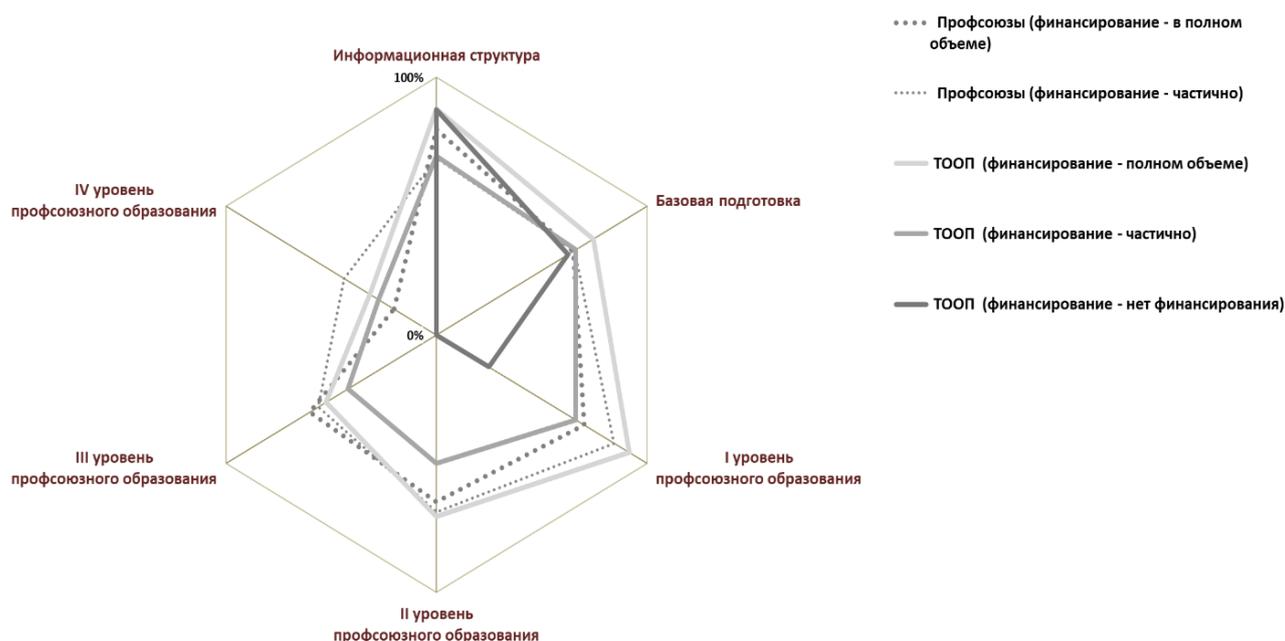


Рис. 20. Сбалансированность состояния кадрового обеспечения в организациях с учетом уровня финансирования.

Рассматривая влияние финансирования на информструктуру можно выявить следующие тенденции:

— *даже организации, финансирующие информработу на 100% от нормативов, не направляют достаточно средств на информструктуру (кадры наняты не профессиональные и не дообучены);*

— *у ТООП, не выделяющих финансирование на информработу, кадры вообще не проходят переобучение.*

Однако кроме финансирования, а также работы со внешними СМИ и состояния информструктуры (кадрового потенциала), на уровень информационной работы влияют и другие факторы, которые нашли отражение в Методике. Так, например, исследование показало, что только у чуть больше, чем половины профсоюзов и у 2/3 ТООП позиции, касающиеся информационного взаимодействия сторон и взаимного предоставления информресурсов, отражены в коллективных договорах и соглашениях.

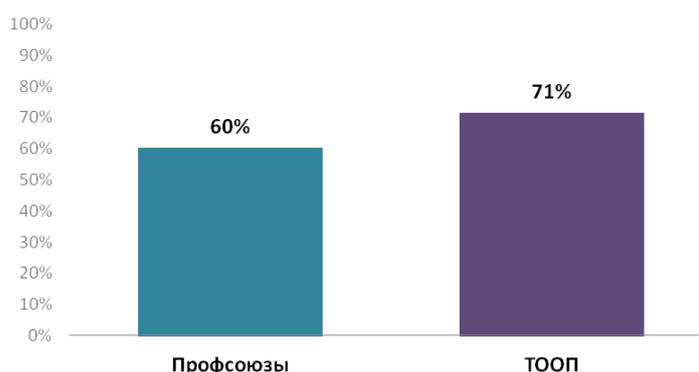


Рис. 21. Отражение информационной работы в коллективных договорах и соглашениях

*По совокупности ответов на ряд вопросов Методики можно судить в целом о готовности профсоюзных организаций к электронной коммуникации как между уровнями профсоюзной структуры, так и с членами профсоюзов.*

На вопрос обследования о том, внедрен ли у организации электронный документооборот с ФНПР ответили положительно 27% профсоюзов (7 из опрошенных организаций), 73% ответили, что не внедрен. В ТООП прослеживается аналогичная ситуация. На основе ответов организаций 37% ТООП (28 из опрошенных) внедрили электронный документооборот с ФНПР, остальные 63% (48 организаций) – нет.

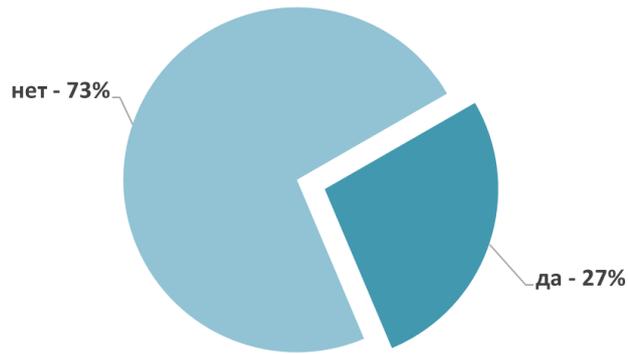


Рис. 22. Внедрение профсоюзами электронного документооборота с ФНПР.

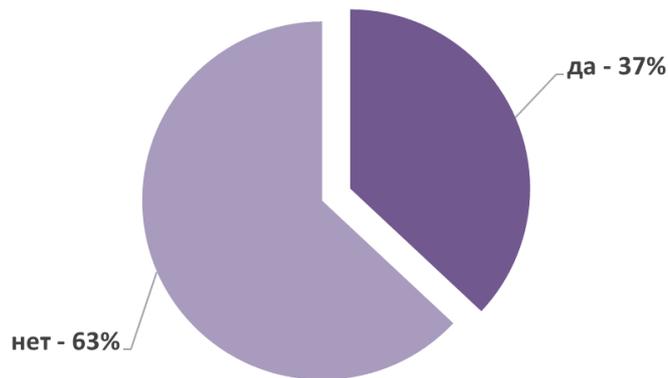


Рис. 23. Внедрение ТООП электронного документооборота с ФНПР

Внедрение электронного документооборота подразумевает наличие средств контроля за поступлением и обработкой документации, соблюдением сроков этой обработки.

Сообщили о внедрении электронного документооборота с нижестоящими профсоюзными организациями 15 из 26 опрошенных отраслевых профсоюзов.

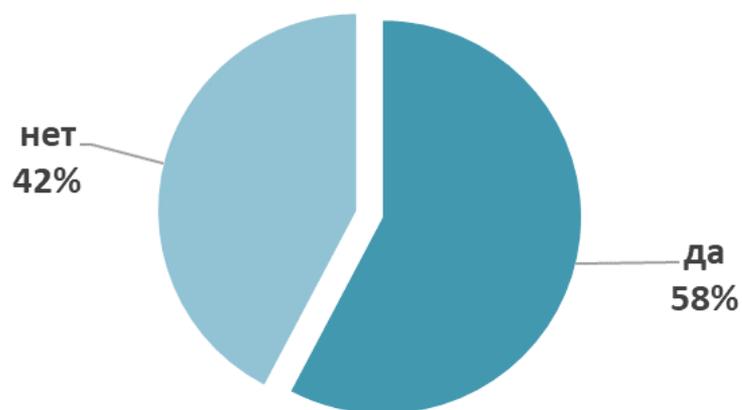


Рис. 24. Внедрение профсоюзами электронного документооборота с нижестоящими профсоюзными организациями

По данным, предоставленным ТООП, в менее чем половине (32 из 76 опрошенных) организаций внедрен электронный документооборот с нижестоящими профсоюзными организациями.

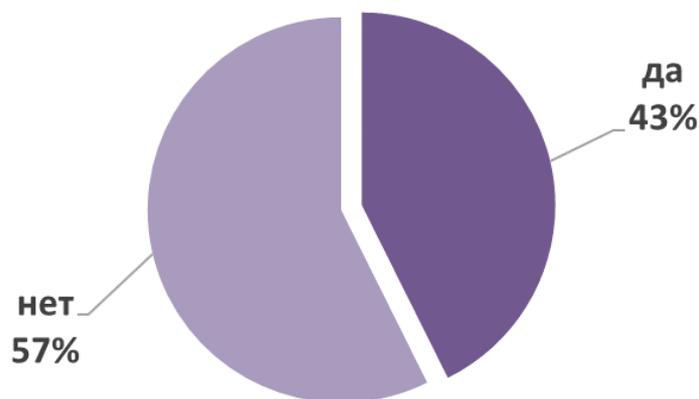


Рис. 25. Внедрение ТООП электронного документооборота с членскими организациями

Стоит отметить, что базу контактов профсоюзных руководителей нижестоящих профструктур имеют большинство из опрошенных организаций, при этом они обновляют ее не реже 1 раза в квартал, согласно рекомендациям Концепции. Из опрошенных членских организаций ФНПР 2 организации не имеют или не обновляют данные базы.

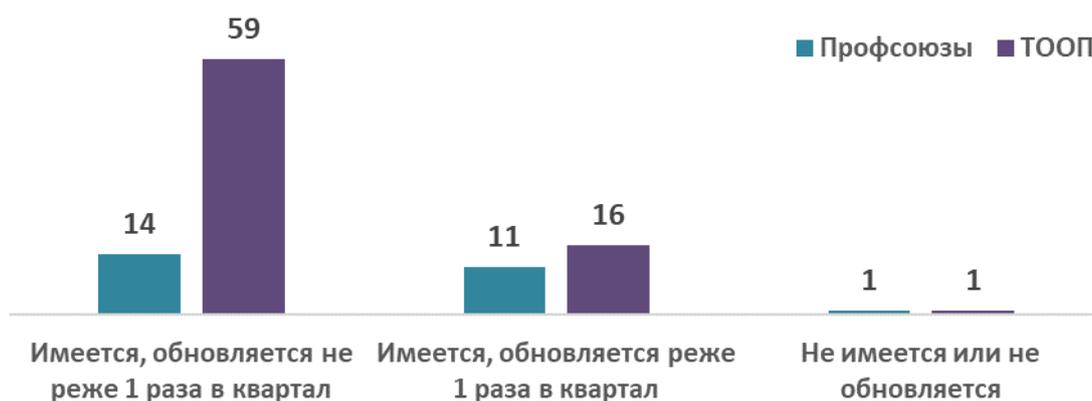


Рис. 26. База контактов профсоюзных руководителей

Базы контактов профсоюзных активистов также имеют большинство из предоставивших данные организаций.



Рис. 27. База контактов профсоюзных активистов

Отдельно описаны процессы прохождения информации по уровням профсоюзной структуры. Все профсоюзы подтвердили регулярное получение материалов ФНПР, в то время как 5 из опрошенных ТООП ответили, что информация поступает нерегулярно. При этом ФНПР активно ведет данное направление работы. После заседаний выборных органов решения направляются в членские организации. Еженедельно по имеющейся базе адресов членских организаций, и специалистов по информационной работе (чьи данные переданы самими организациями), Департаментом направляется электронная информационная рассылка, с той же периодичностью отправляет рассылку по электронной почте центральная профсоюзная газета «Солидарность». Кроме того, работают чаты в мессенджере «Telegram» для штатных специалистов членских организаций по информационной работе.

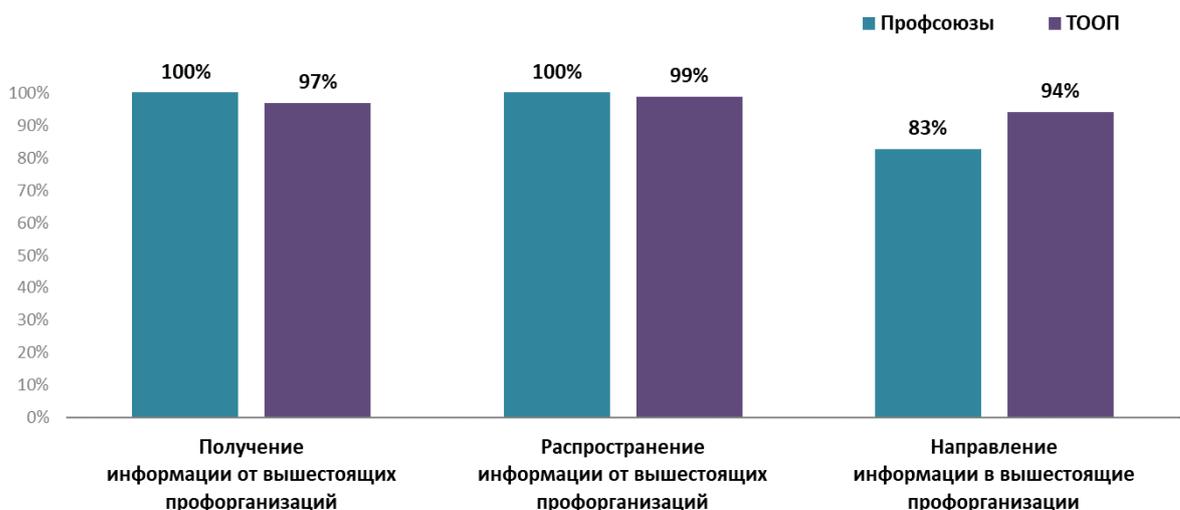


Рис. 28. Распространение информации внутри профсоюзной структуры

Также 2 из опрошенных ТООП отметили, что информация «вниз» по профсоюзной структуре направляется ими с «задержкой».

Если единичные сообщения о сложности коммуникации ФНПР и ее членских организаций, предположительно, могут быть вызваны ошибками при заполнении форм самообследования со стороны специалистов ТООП, то в случае с обратной коммуникацией и профсоюзы и ТООП признают несвоевременность направления информации в ФНПР. Внутренние мониторинги ответов на запросы в членские организации по профилю Департамента дают основание полагать завышение ответов со стороны членских организаций ФНПР по данному вопросу – за 2022 год лишь 7 профсоюзов предоставили от 87 до 73 % запрошенной ФНПР информации, 7 профсоюзов предоставили менее 20% запрошенной информации. Коммуникация с ТООП выглядит чуть лучше – есть организации, предоставившие всю запрошенную информацию - Рязанский областной союз организаций профсоюзов, Федерация профсоюзных организаций Саратовской области, Белгородское областное объединение организаций профсоюзов, Владимирское областное объединение организаций профессиональных союзов, пропустили по одному запросу - Федерация профсоюзов Самарской области, Федерация профсоюзных организаций Кузбасса, Объединение организаций профсоюзов Ярославской области, Волгоградский областной Совет профессиональных союзов, Федерация профсоюзов Кабардино-Балкарской Республики, Федерация профсоюзов Забайкалья.

По сумме значений показателей, описывающих прохождение информации по структуре ФНПР, получены данные о готовности организаций к электронным коммуникациям (в % от максимальной готовности). **ТООП более подготовлены к информационному обмену, чем профсоюзы, причем корреляции с размером организации не выявлено.**



Рис. 29. Уровень готовности для информационного обмена в зависимости от членской базы

В рамках обследования была запрошена информация о проведении пресс-конференций для не профсоюзных СМИ.

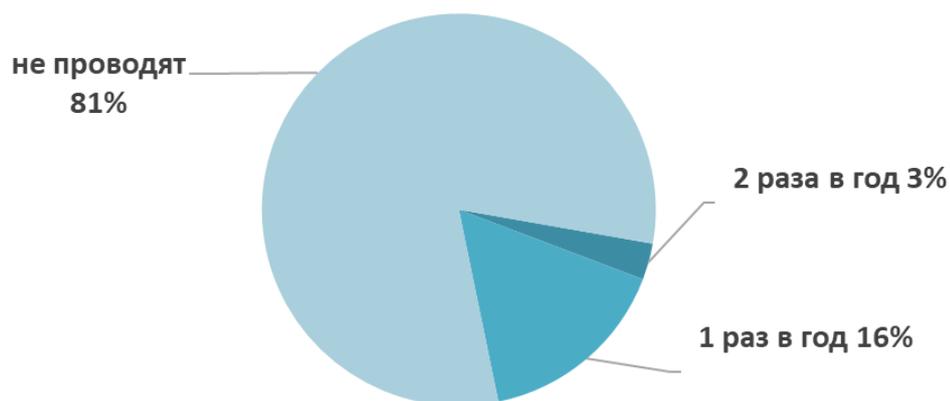


Рис. 30. Проведение профсоюзами пресс-конференций

В большинстве профсоюзов такие мероприятия не проводятся. Из 26 обследуемых организаций, только в одной (Профсоюз железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ) они проходят не реже 2 раз в год, в четырех – не реже 1 раза в год: Общероссийский Профсоюз образования, Профсоюз работников здравоохранения РФ, Профсоюз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства, Профсоюз работников жизнеобеспечения. В 21 профсоюзе пресс-конференции вообще не организуются. Такая ситуация может негативно сказываться на имидже профсоюзов. Стоит отметить, что такой порядок работы рядом профсоюзов объясняется наличием секретности. Впрочем, режим секретности определяет объем и содержание информации, а не отменяет коммуникацию в принципе.

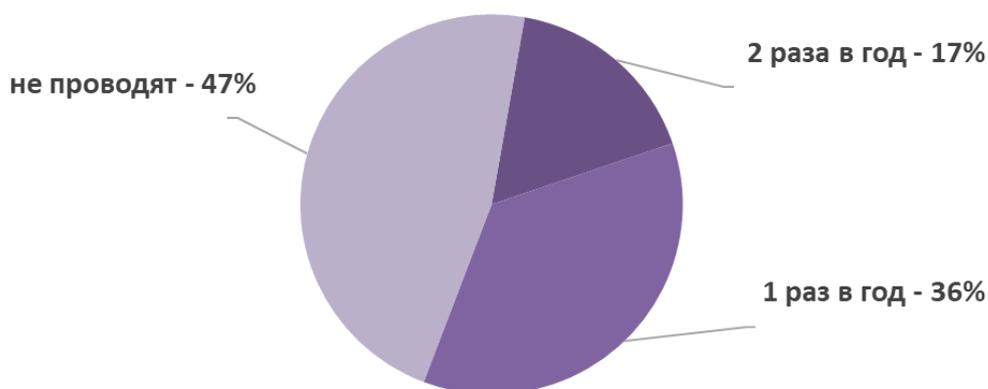


Рис. 31. Проведение ТООП пресс-конференций

Более половины ТООП проводят пресс-конференции не реже 1 раза в год. В то же время у ТООП существенно больше информационных поводов для пресс-конференций – подписание регионального трехстороннего

соглашения, принятие регионального МРОТ и т.п. Такие мероприятия при участии сторон социального партнерства традиционно хорошо освещаются внешними СМИ.

*Информационные кампании вне единых акций коллективных действий 1 мая и 7 октября по данным самообследования проводят практически все членские (96 из 102 опрошенных) организации ФНПР.*

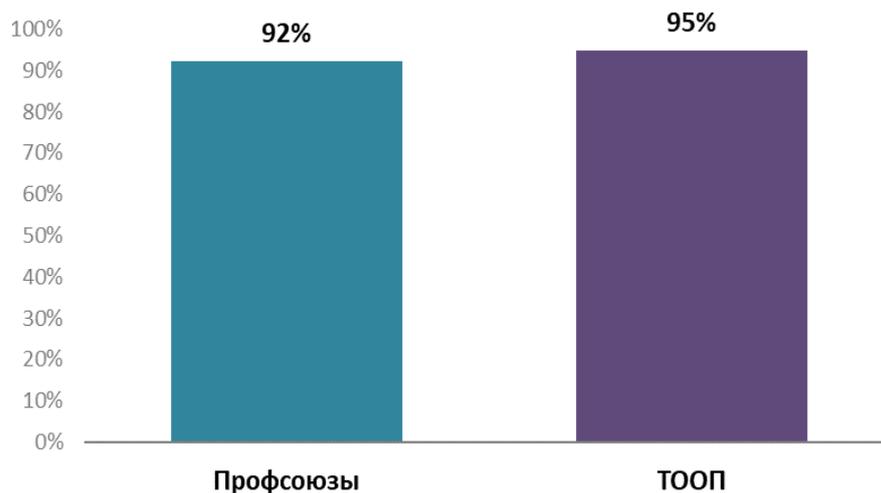


Рис. 32. Проведение информационных кампаний

Однако на федеральном уровне данные информационные кампании зачастую малозаметны – они не попадают в повестку федеральных СМИ. Исключением можно считать работу Профсоюза работников здравоохранения по комплексному информационному сопровождению деятельности профсоюза, повлекшую за собой рост числа публикаций во внешних СМИ, и информационную кампанию Рослеспрофсоюза и профсоюза «Торговое единство» вокруг ситуации с Икея.

Большая часть членских организаций ФНПР сообщили, что регулярно – не реже 1 раза в полгода – проводят мероприятия по знакомству с профсоюзной деятельностью в вузах и сузах. При этом по данным отчетов ТООП о пропаганде трудовых прав в учебных заведениях<sup>6</sup>, *эту работу регулярно проводит Профессиональный союз работников народного образования и науки Российской Федерации.*

6 - Собраны в 2022 году при формировании отчетности о реализации профсоюзами отдельных пунктов федеральной Долгосрочной программы содействия занятости молодежи на период до 2030 года

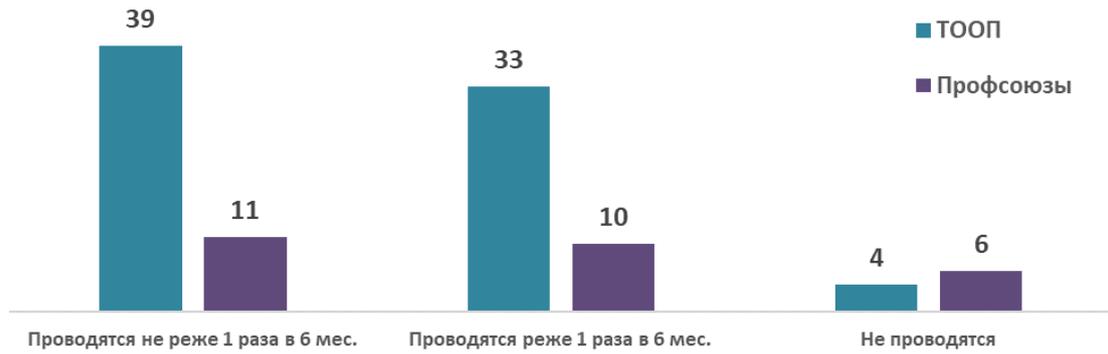


Рис. 33. Мероприятия по знакомству с деятельностью профсоюзов вузах и сузах.

Большинство из опрошенных членских организаций ФНПР редко используют бизнес-инструменты и инструменты интернет-маркетинга (в контексте обследования - смс- и почтовые рассылки, одностраничные сайты под конкретное событие или проект, а-в-тесты страниц сайтов, формирование трафика через таргетированную рекламу) для профсоюзной деятельности. Ситуация у TOOP и профсоюзов практически идентична.

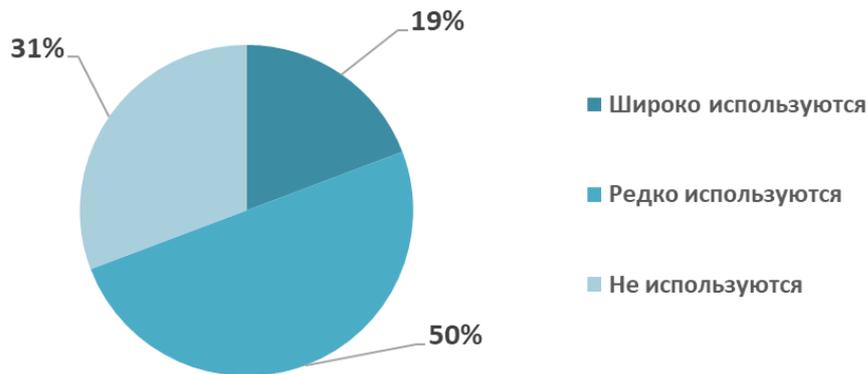


Рис. 34. Использование профсоюзами бизнес-инструментов и инструментов интернет-маркетинга

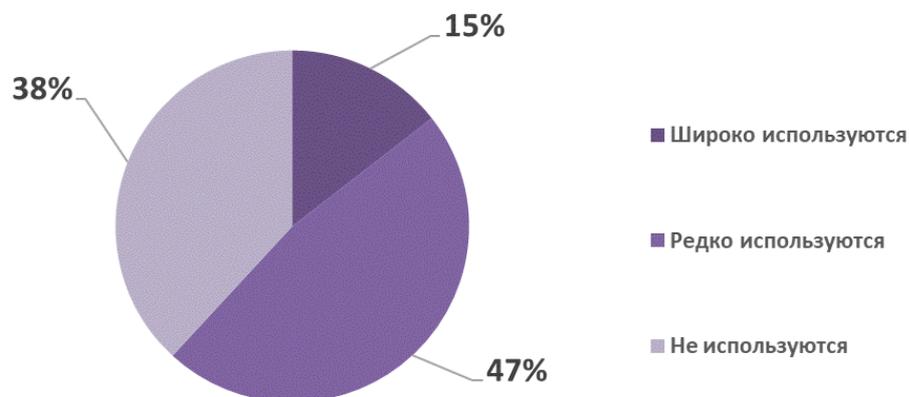
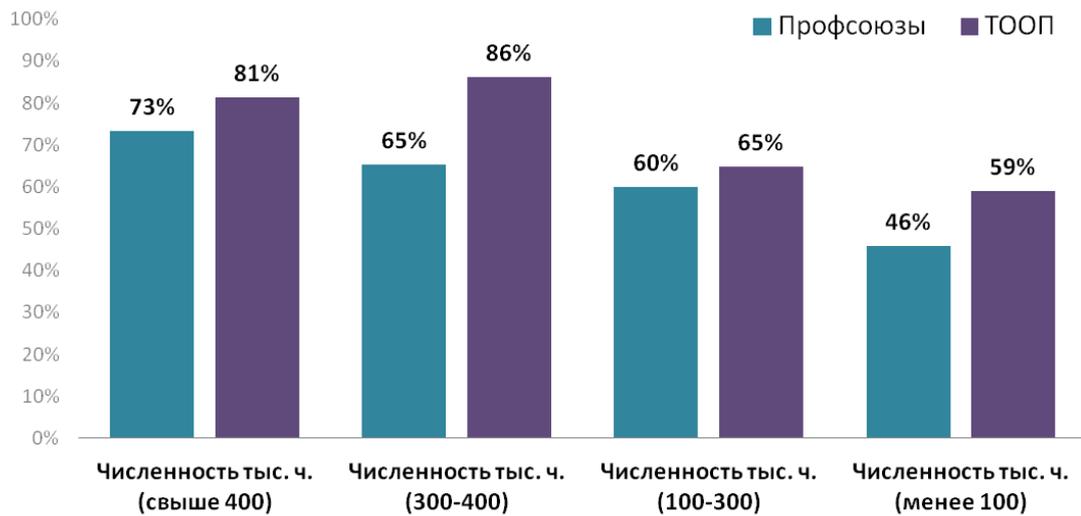


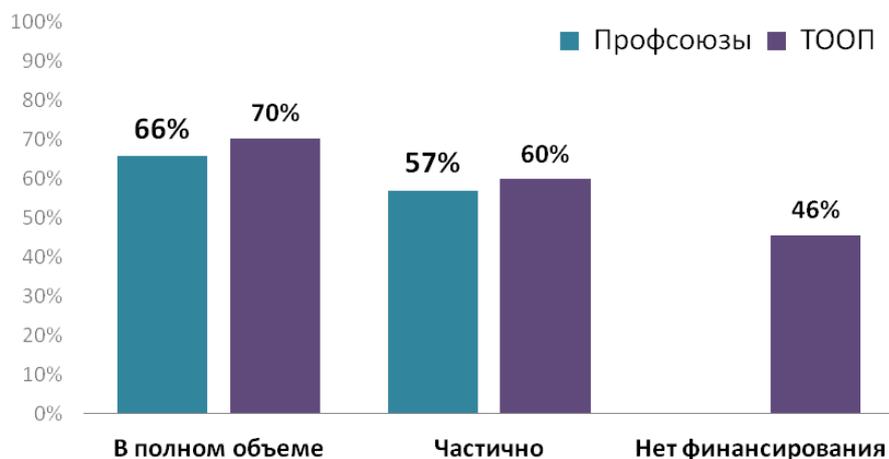
Рис. 35. Использование TOOP бизнес-инструментов и инструментов интернет-маркетинга

*По сумме всех показателей оценки информационной структуры и информационного обеспечения составлены индексы<sup>7</sup> информационного обеспечения и взаимодействия организаций (максимальное значение – 100%). Проведена их оценка относительно размера организаций и финансирования информационной работы. Относительно кадрового обеспечения индекс не составлялся из-за прямой рекурсии показателей (значения, описывающие информструктуру, входят в индекс).*



*Рис. 36. Уровень информационного обеспечения и взаимодействия в зависимости от численности организаций*

*У ТООП индекс (уровень обеспечения информработы) выше, чем у профсоюзов, однако у профсоюзов есть прямая корреляция по численности (чем меньше профсоюз – тем слабее его информационная структура и информационное обеспечение членов профсоюза).*



*Рис. 37. Уровень информационного обеспечения и взаимодействия в зависимости от уровня финансирования*

<sup>7</sup> Значения индексов приведены в Приложении № 2

*В вопросах же финансирования и у ТООП, и у профсоюзов есть зависимость, однако, исходя из того, что разница между уровнями индекса у организаций, финансирующих информработу в полном объеме и не финансирующих ее вовсе, не велика, можно говорить о том, что сам факт финансирования не играет единственную определяющую роль. Это ставит задачу по более тщательному выбору направлений финансирования внутри информационной работы.*

## **Выводы**

У профсоюзов, численностью ниже 400 тыс.членов профсоюза финансирование информационной работы падает пропорционально снижению численности. У ТООП это влияние не столь велико и значимо видно лишь при численности ниже 100 тыс. членов профсоюзов. Финансирование инструментария информационной работы играет роль, но не является единственным фактором, влияющим на рост уровня информационной обеспеченности членов профсоюзов. Гораздо большее влияние на структурные вопросы имеет уровень подготовки штатных специалистов и актива. Выстраивание каналов коммуникации играет критическую роль в уровне информационного обеспечения членов профсоюза, при этом напрямую не зависит от финансирования.

Предлагается усилить отражение вопросов информационного взаимодействия сторон в документах социального партнерства.

Необходимо усилить вовлечение профсоюзного актива старше 35 лет в информационную работу.

Рекомендуется обратить внимание на возможность финансирования из внебюджетных источников – гранты Фонда президентских грантов, Института развития интернета, гранты для физических лиц ФАДМ «РОСМОЛОДЁЖЬ».

Организациям, не финансирующим информационную работу или финансирующим ее ниже уровня 50% от норматива в 5% профбюджета, рекомендуется пересмотреть данный подход.

Профсоюзам с численностью менее 100 тыс. членов рекомендуется усилить работу с внешними СМИ, сфокусировавшись на работе с региональными изданиями, выстраивая данное направление не на основании прямого финансирования публикаций, а на основе повышения уровня

профессионализма кадров, задействованных в информационной работе и централизации данного взаимодействия.

Крупным профсоюзам рекомендуется обратить внимание на безопасность в процессе организации работы с чатами и базам профсоюзных активистов, поручая эту работу штатным профсоюзным работникам.

Профсоюзам рекомендуется также обратить внимание на привлечение в штат аппаратов специалистов, имеющих профильное образование в сфере информационных технологий.

ТООП рекомендуется проводить пресс-конференции не реже 1 раза в год.

Организациям с ограниченными ресурсами рекомендуется обратить особое внимание на бесплатные информационные сервисы ФНПР.

## Информационные ресурсы

### Сайты членских организаций ФНПР

В 2022 году из 102 членских организаций, предоставивших свои данные для оценки, сайты функционировали у 101/26/75 (далее цифры приводятся в порядке всего/профсоюзы/ТООП). Стоит отметить, что многие организации за Год информационной политики и цифровизации работы профсоюзов обновили свои сайты. Восстановили работу своих сайтов Региональный союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Еврейской автономной области» и Союз «Объединение организаций профсоюзов Республики Ингушетия». Однако 2 территориальных объединения организаций профсоюзов и 5 общероссийских, межрегиональных профсоюзов по-прежнему не имеют сайтов<sup>8</sup>.

В рамках исследования Департамент сформировал общую оценку в баллах (согласно Методике) - средний показатель уровня сайта для каждой организации, принявшей участие в исследовании<sup>9</sup>.

По данным исследования, сайты отраслевых профсоюзов находятся на более высоком уровне, учитывая вышеуказанные параметры. Однако сайты территориальных объединений организаций профсоюзов уступают им незначительно. Департамент отмечает серьезные изменения качества сайтов по сравнению с обследованием 2021 года.

*Стоит отметить, что сайты ТООП с численностью 300-400 тыс. в среднем проигрывают по уровню сайтам всех остальных членских организаций, а среди профсоюзов худшие показатели - у сайтов организаций с численностью от 100 до 300 тыс. членов профсоюзов. Сайты малочисленных организаций отличаются своей технической простотой, однако имеют качественный контент.*

---

<sup>8</sup> **Территориальные объединения организаций профсоюзов:** Союз организаций профсоюзов Ямало-Ненецкого автономного округа, Союз «Объединение организаций профсоюзов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры».

**Общероссийские, межрегиональные профсоюзы:** Российский профсоюз работников среднего и малого бизнеса; Профессиональный союз работников органов безопасности РФ; Общероссийский профессиональный союз работников потребительской кооперации и предпринимательства; Российский профсоюз работников рыбного хозяйства; Межрегиональный профессиональный союз работников пищевых, перерабатывающих отраслей и смежных видов экономической деятельности Российской Федерации.

<sup>9</sup> Значения индекса сайтов по каждой организации – в Приложении № 2

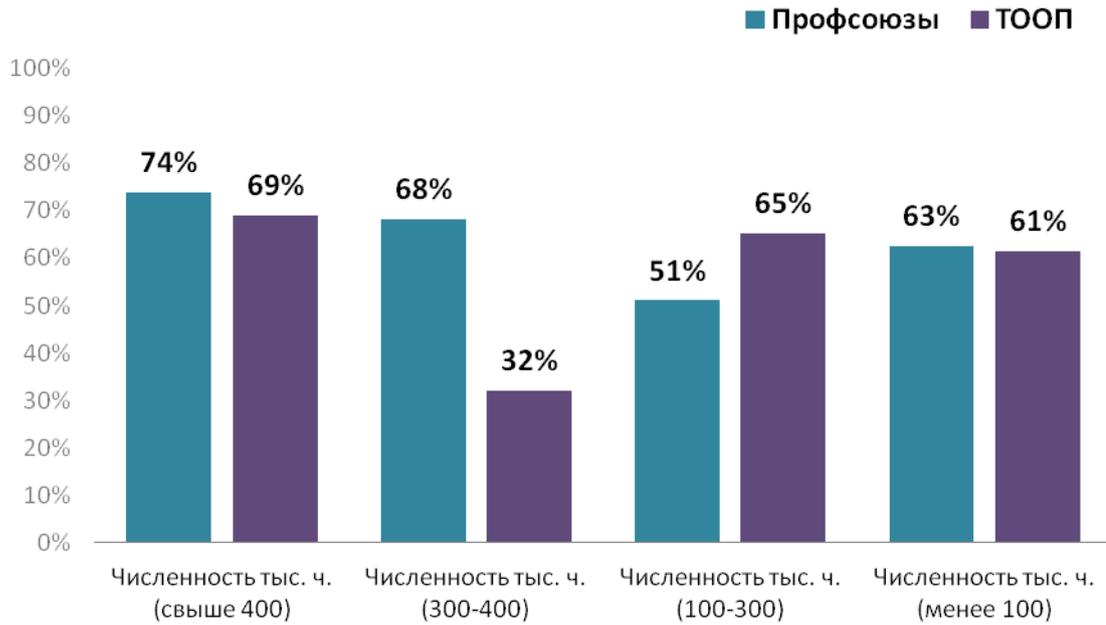


Рис. 38. Средние показатели качества сайтов в зависимости от численности организаций

Исследование показывает, что общий уровень кадрового обеспечения информационной работы очень незначительно (в диапазоне 10%, в отличие от влияния кадрового обеспечения на организацию коммуникации) влияет на общее качество сайтов ООО, и не выявило влияния на сайты профсоюзов. Финансирование в полном объеме всей информработы также в пределах 10% влияет на сайты ООО и профсоюзов.

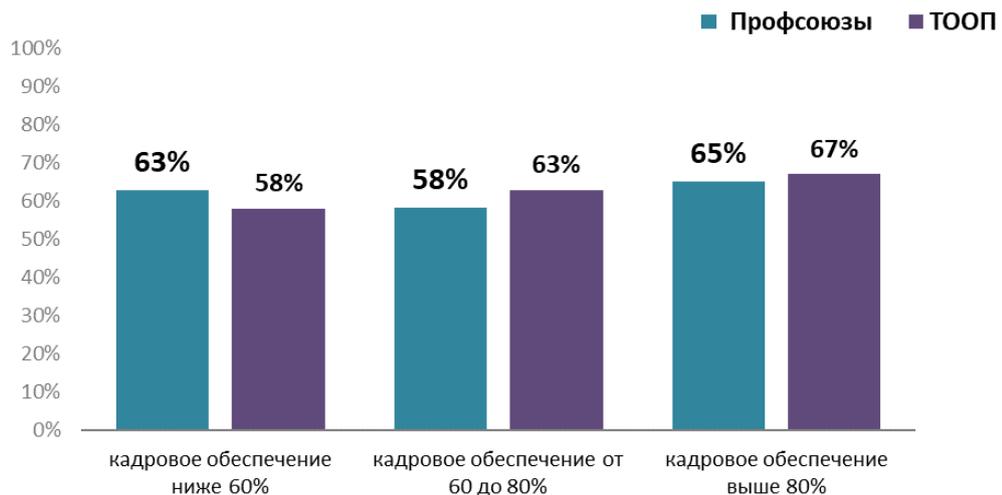


Рис. 39. Уровень сайтов в зависимости от кадрового обеспечения инфрмструктуры

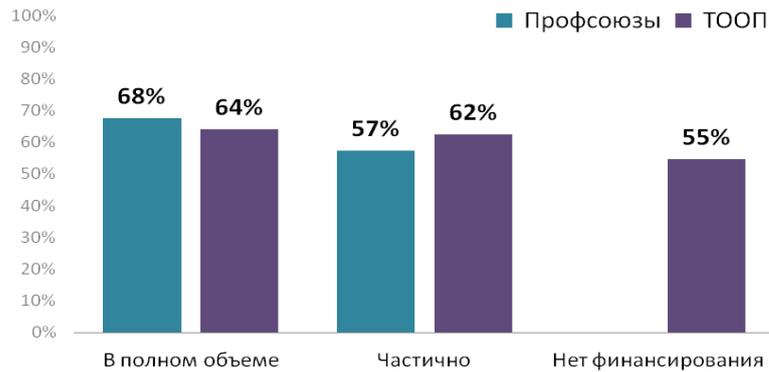


Рис. 40. Уровень сайтов в зависимости от общего уровня финансирования информработы

В рамках исследования отдельное внимание было уделено оценке структуры сайтов членских организаций. По общей оценке, структуры сайты профсоюзов и ТООП находятся примерно на одинаковом уровне. Однако стоит отметить, что структура сайтов ТООП более информативна, предоставляет более подробную информацию о текущей деятельности и являются более современной по разным параметрам структуры сайтов.

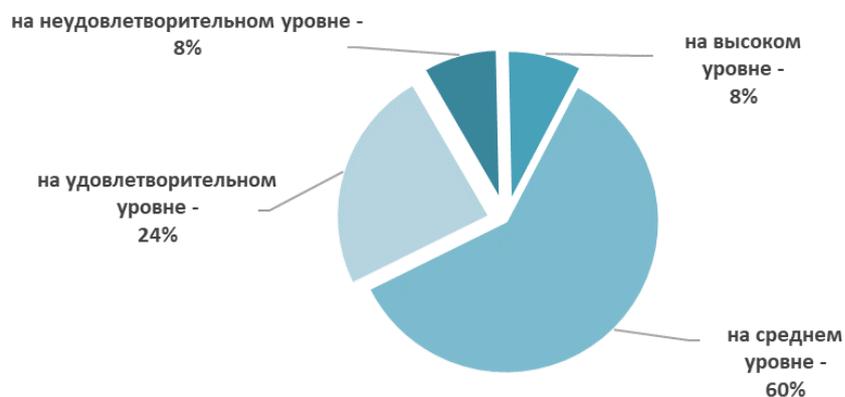


Рис. 41. Структура сайтов профсоюзов

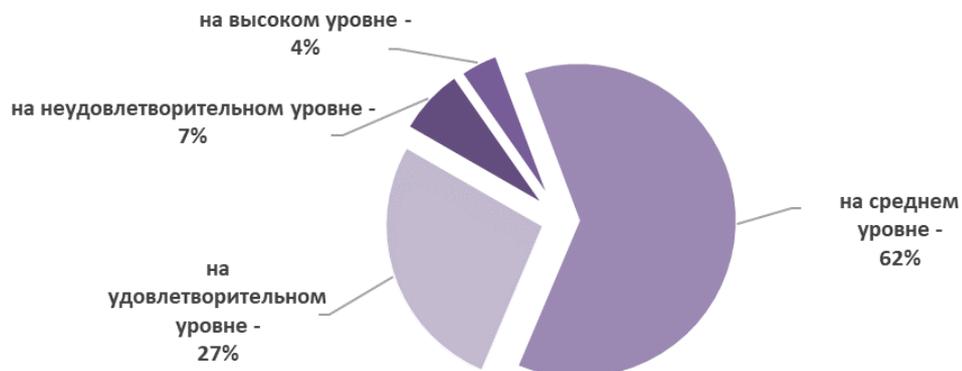
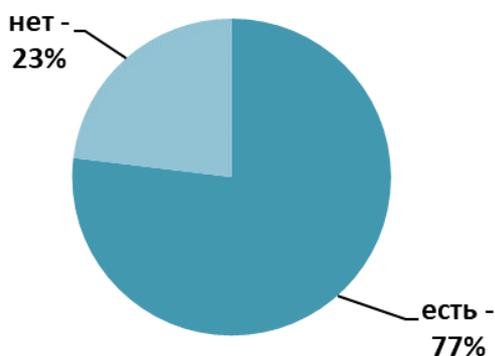
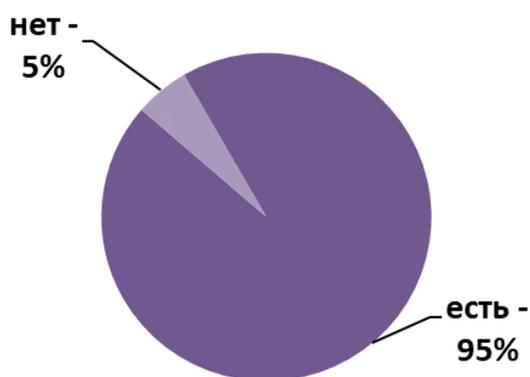


Рис. 42. Структура сайтов ТООП

***По сравнению с 2021 годом, в 2022 году большее количество профсоюзов и ТООП разместили информацию о членских (структурных) организациях.***



*Рис. 43. Информация о структурных организациях на сайтах профсоюзов*



*Рис. 44. Информация о членских организациях на сайтах ТООП*

Обследование показало, что ***на ряде сайтов все так же в разделах «Структура», «Руководство» опубликована информация об аппарате организации, что институционально неверно.***

В 2021 году было отмечено, что большая часть сайтов содержит в открытом доступе методические материалы для профактива. Общим замечанием к этим материалам являлась частота их обновления и актуальность. В 2022 году тенденция изменилась. Появилось больше сайтов и ТООП, и профсоюзов, на которых не представлены методические материалы. Если в 2021 году не было материалов у 24% профсоюзов, то в 2022 – у 62%. У ТООП в 2021 году не было материалов у 22% организаций, в 2022 году – у 56%.

Стоит отметить, что на некоторых сайтах так и остались подобные разделы, которые пусты, а также существуют сайты организаций, на которых отдельного раздела, посвященного методическим материалам, нет. У профсоюзов размещено больше актуальных материалов, чем у ТООП: 15% к 7%.

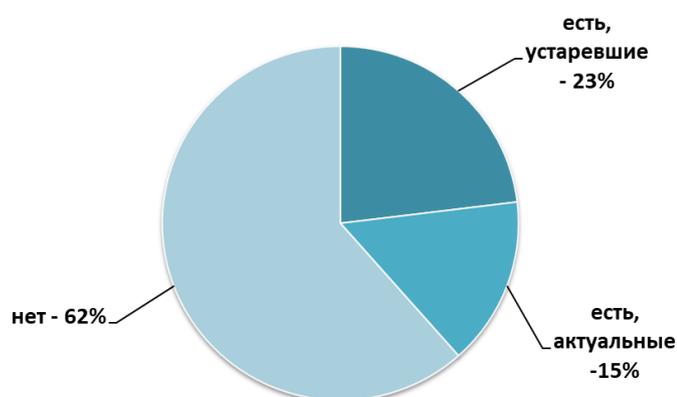


Рис. 45. Методические материалы на сайтах профсоюзов

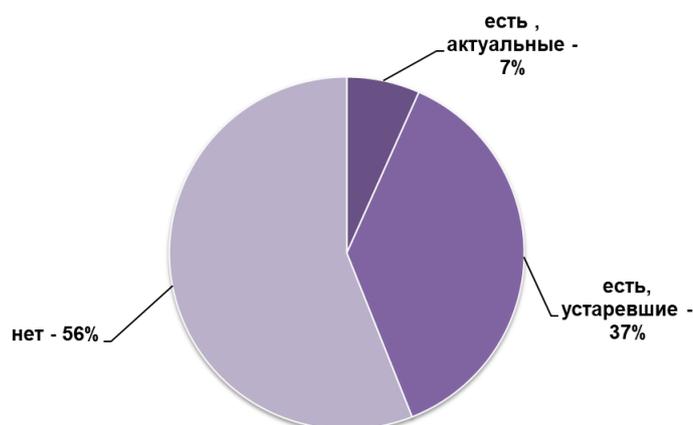


Рис. 46. Методические материалы на сайтах ТООП

**Данная ситуация демонстрирует необходимость членским организациям ФНПР, научным учреждениям профсоюзов и Аппарату ФНПР обратить внимание на методическое сопровождение основных направлений работы профсоюзов в части подготовки актуальных методических материалов.**

Виджет, банер или другое явное указание на принадлежность к ФНПР присутствует у 14 Профсоюзов (54%) и 40 ТООП (53%). Ситуация по сравнению с 2021 годом незначительно изменилась в лучшую сторону у профсоюзов – большее количество сайтов имеет виджет или баннер ФНПР. У ТООП она также значительно изменилась, но уже в худшую сторону – в 2021 не было баннера лишь у 21% организаций, а в 2022 году нет у 47%.

*Отсутствие виджетов или баннеров, предположительно, может быть связано с техническими работами, однако рекомендуется обратить внимание и дополнить сайты данной информацией, так как сложившаяся практика противоречит общей идеологии профдвижения – единству и солидарности.*

Виджет центральной профсоюзной газеты «Солидарность» встречается на сайтах ТООП чаще, чем ссылка/баннер на сайт ФНПР. Он есть у 58 организаций. При этом профсоюзы размещают баннеры ФНПР и Солидарности практически в одинаковом соотношении: 14 к 12. За 2022 год на сайтах профсоюзов пропали виджеты «Солидарности» примерно у половины организаций, тогда как часть ТООП наоборот разместила его. Общее количество организаций, которые установили на сайтах новостной виджет центральной профсоюзной газеты «Солидарность», за год выросло.

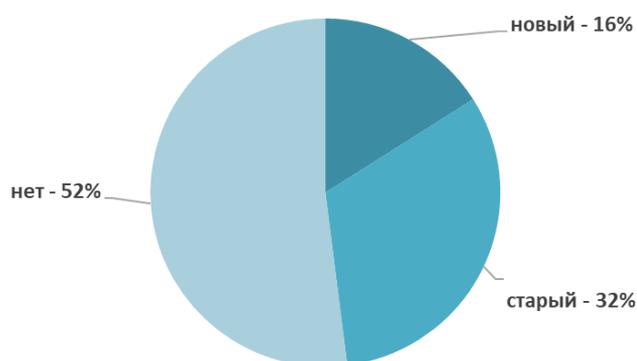


Рис. 47. Виджет «Солидарности» на сайтах профсоюзов

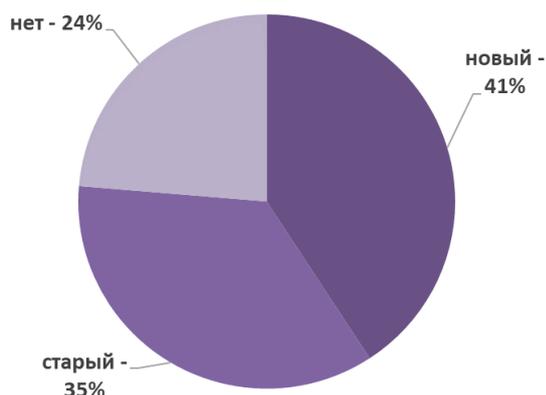


Рис. 48. Виджет «Солидарности» на сайтах ТООП

*По итогам проведенных технических работ удобство навигации на сайтах членских организаций значительно улучшилось, у профсоюзов – на 41%, у ТООП – на 45%. На увеличение этого показателя повлияло как обновление сайтов, так и наведение порядка в имеющихся разделах. Это*

одно из самых значимых улучшений за год по данному направлению информационной работы.

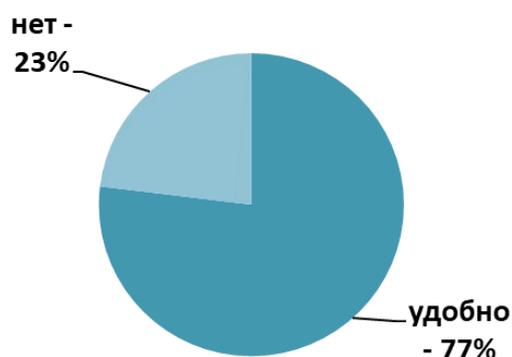


Рис. 49. Удобство навигации сайтов профсоюзов

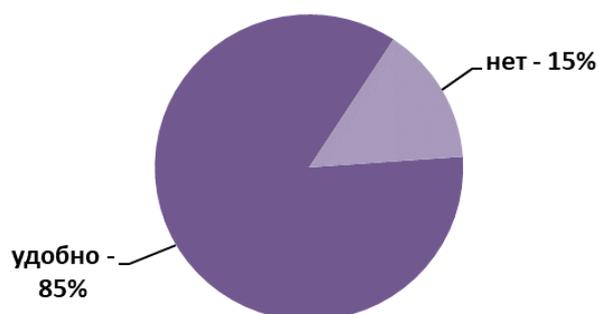


Рис. 50. Удобство навигации по сайтам ТООП

Ряд сайтов, как ТООП, так и профсоюзов, уже в 2021 году имели электронные формы обратной связи – электронные приемные, сервисы дистанционных консультаций. Однако существенным недочетом было отмечено, что эти формы трудно найти, так как они могут размещаться глубоко в структуре сайта, а не в очевидном разделе – «Контакты». За год ситуация практически не изменилась, несмотря на то, что 2022 год был объявлен ФНПР Годом информационной политики и цифровизации работы профсоюзов, а одним из приоритетных направлений работы было обозначено создание электронных сервисов для членов профсоюзов. Больше половины организаций данных форм не имеют, а на тех сайтах, где они размещены – они по-прежнему расположены в неочевидных разделах сайтов. *Департамент отмечает, что для профсоюзов наличие таких форм является более значимым, и требует оперативного внедрения на сайты, так как люди состоят именно в профсоюзах, при этом в силу территориальной удаленности от аппаратов выборных коллегиальных органов интернет может оказаться предпочтительным каналом*

**коммуникации для самих членов профсоюза.** Отдельного обследования требует скорость получения ответа на запросы по данным формам.

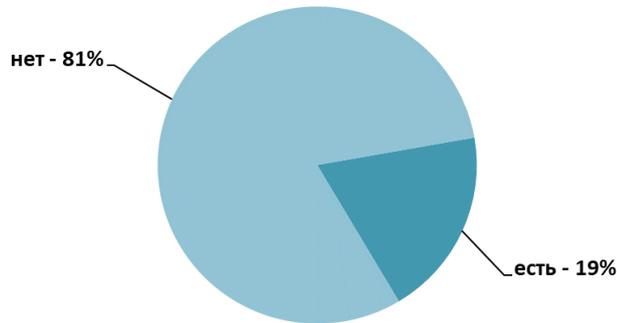


Рис. 51. Обратная связь на сайтах профсоюзов

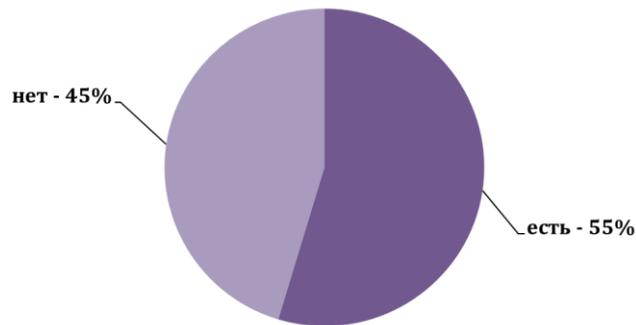


Рис. 52. Обратная связь на сайтах ТООП

Одним из важных критериев удобства использования сайтов на сегодняшний день является наличие адаптивной верстки, которая позволяет с удобством использовать сайт на разных устройствах, в том числе на мобильных телефонах. При адаптивной верстке не нарушается дизайн, шрифты остаются читабельными. Статистика посещаемости сайта ФНПР подтверждает, что большая часть трафика на сегодняшний день уже осуществляется с мобильных устройств, что доказывает потребность пользователей профсоюзных сайтов в адаптивной верстке.

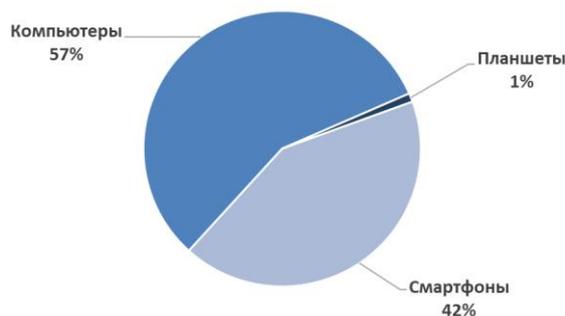


Рис. 53. Тип устройств, с которых посещается сайт ФНПР.

Оценка за 2022 год показала, что число сайтов с адаптивной версткой выросло за год: 46% (+10% за год) у профсоюзов и 64% (+17%) у ТООП, **теперь примерно половиной профсоюзных сайтов с мобильных устройств пользоваться удобно.** Стоит отметить, что наличие адаптивной верстки – сугубо технический параметр и рост показателя достигнут как раз за счет сайтов, на которых проведены технические работы по модернизации, что соответственно, требовало финансирования.

Отдельное внимание при обследовании сайтов было уделено содержанию и структуре новостных материалов. В 2021 году были подготовлены рекомендации для новостных материалов, размещаемых членскими организациями ФНПР на сайте Федерации – «Инструкция по написанию новостей и характеристикам материалов, предоставляемых для официального сайта Федерации независимых профсоюзов России [fnpr.ru](http://fnpr.ru)», которые в 2023 году вошли в Положение о системе «личных кабинетов» членских организаций сайта ФНПР. Данные рекомендации также легли в основу основания Методики оценки информационной работы и цифровой зрелости профсоюзной организации в части требований к новостным материалам. Принцип «одно событие – одна новость» соблюдается практически на всех сайтах ТООП и профсоюзов. Также большинство членских организаций выстраивают логику повествования в публикациях.

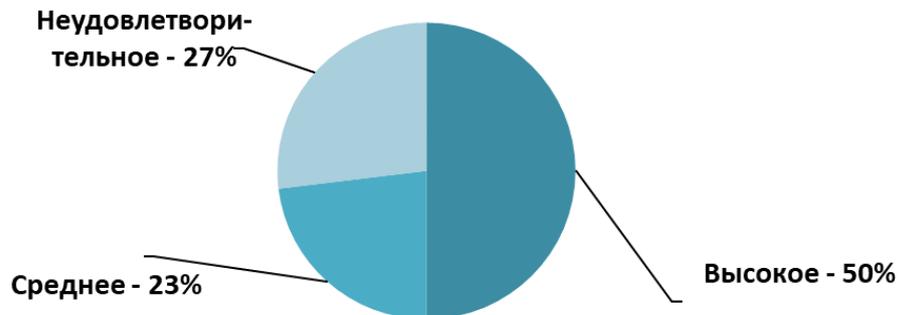


Рис. 54. Качество содержания новостных материалов на сайтах Профсоюзов

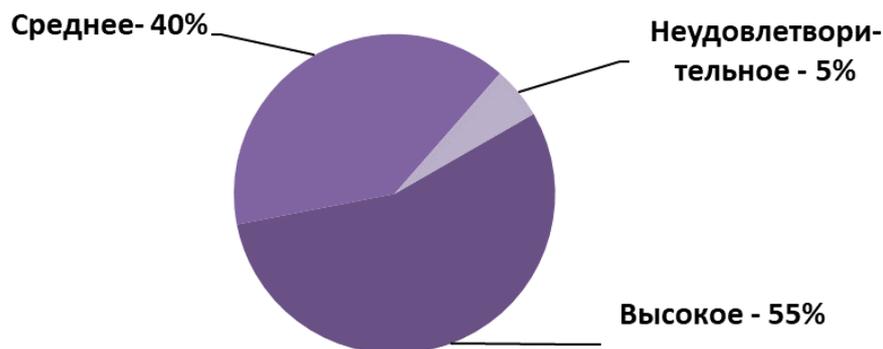


Рис. 55. Качество содержания новостных материалов на сайтах ТООП

Стоит отметить недопустимое для современных сайтов использование сокращений, непонятных широкому кругу читателей (не профактиву) аббревиатур и инициалов. *Исследование показало, что новостные материалы профсоюзов значительно чаще выполнены канцелярско-бюрократическом стиле речи, публицистическом, что негативно сказывается на понимании содержания публикаций посетителями сайта.*

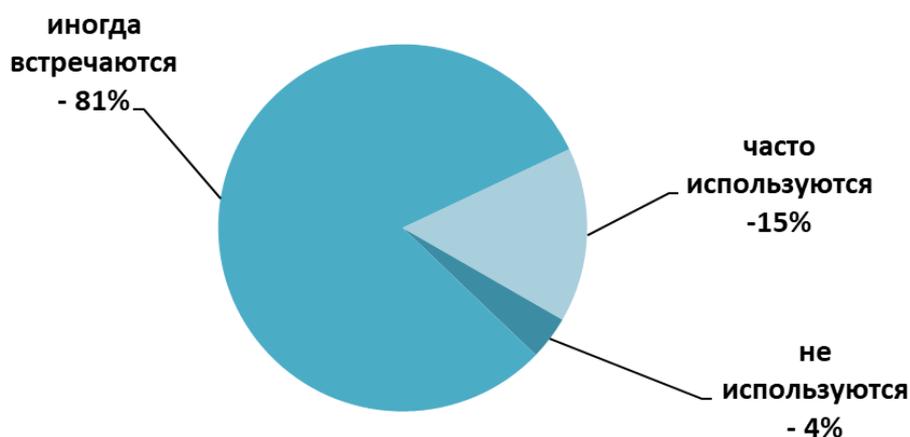


Рис. 56. Использование канцеляризмов на сайтах профсоюзов.

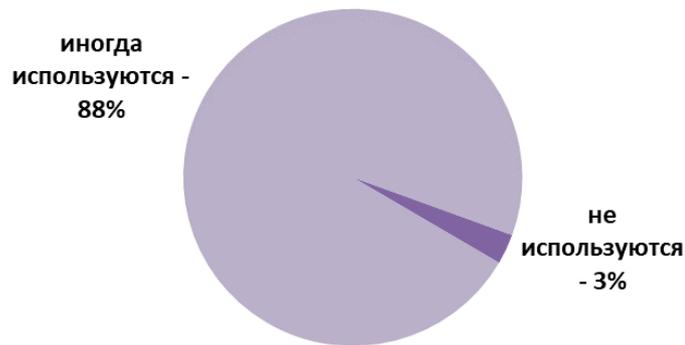


Рис. 57. Использование канцеляризмов на сайтах ТООП

Большинством организаций соблюдаются рекомендации по структуре текста. Наиболее часто встречающиеся замечания к текстам – отсутствие комментариев руководителей к описываемым событиям, однако по этому параметру есть положительная тенденция. В 2021 году цитаты из выступлений или мнения руководителей об описываемом событии встречались только в трети материалов на постоянной или периодической основе, в 2022 году – присутствуют чуть больше, чем в половине материалов.

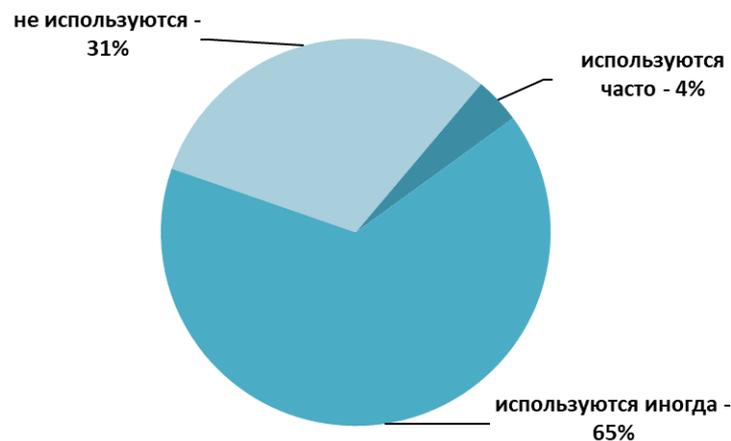


Рис. 58. Цитаты в публикациях на сайтах профсоюзов

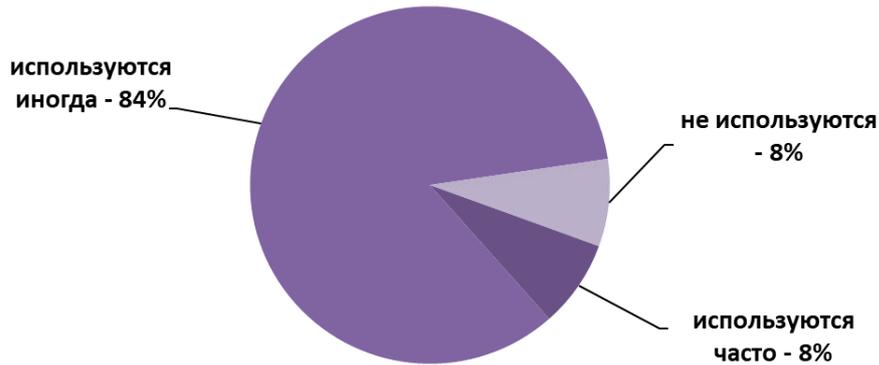


Рис. 59. Цитаты в публикациях на сайтах ТООП

Преимущественно контент сайтов членских организаций ФНПР – новостной, реже встречаются аналитические материалы, а также публикации о позиции профсоюзов по тем или иным вопросам. Данный тренд сохранился с 2021 года и оценивается Департаментом как негативный с точки зрения формирования имиджа, так как тематика большей части новостей – заседания выборных органов (без описания принятых решений) и культмассовые и спортивные мероприятия.

В 2022 году ряд членских организаций ФНПР столкнулись со взломом их сайтов, что послужило поводом для усиления мер защиты безопасности информресурсов. В рамках исследования безопасность оценивалась по сумме показателей общим индексом. Стоит отметить, что данные о безопасности доступны только владельцу сайта и объективность данного параметра полностью зависит от того, насколько честно и объективно организации провели самообследование по данной группе вопросов.

По данным самообследования безопасность сайтов членских организаций ФНПР находится на высоком уровне: у 70 из 102 обследуемых организаций защита сайтов на уровне 75% и выше. Уровень защищенности сайтов оценивался по следующим критериям: наличие хостинга на территории Российской Федерации, наличие SSL-сертификата, настроенная защита от DDoS-атак, SQL-инъекций и XSS-атак, обеспечение мониторинга событий безопасности, безопасность доступа к администрированию, правильная регистрация доменного имени<sup>10</sup>, безопасность программного кода, проведение резервного копирования.

<sup>10</sup> Регистрация доменного имени считается «правильной», если оно зарегистрировано на юридическое лицо с указанием официальных контактов организации, в том числе в качестве администратора.

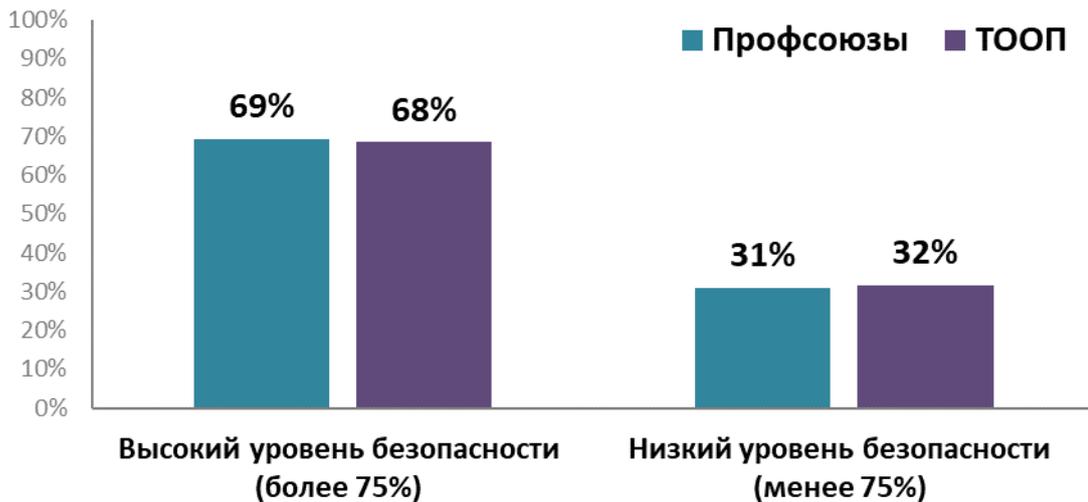


Рис. 60. Сайты членских организаций ФНПР по уровням безопасности.

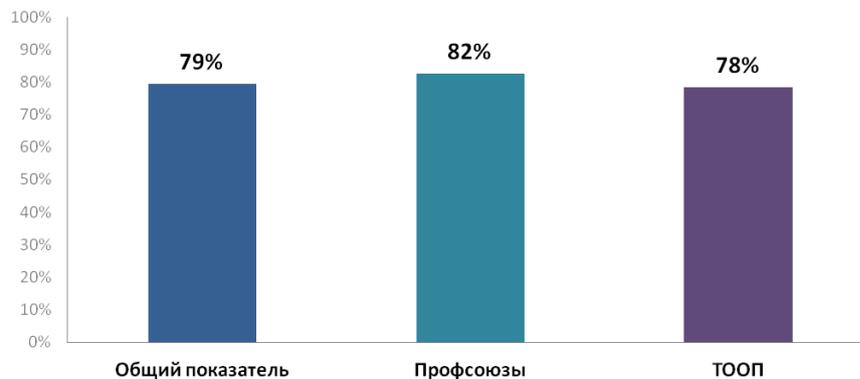


Рис. 61. Средний уровень безопасности сайтов членских организаций ФНПР.

По данным исследования, сайты профсоюзов защищены на том же уровне, что и ТООП, уровень их безопасности довольно высокий – выше 75% - у большого количества организаций. Лишь у 8 организаций безопасность сайтов находится на уровне 60% и ниже.

Максимально возможно (на 100%) защищены сайты 9 отраслевых профсоюзов: Всероссийский Электропрофсоюз, Профсоюз гражданского персонала Вооруженных Сил России, Профсоюз железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ), Российский профсоюз работников транспортной безопасности, Профсоюз работников здравоохранения РФ, Профсоюз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства, Профсоюз работников общего машиностроения, Профсоюз работников физической культуры, спорта и туризма РФ, Российский независимый профсоюз работников угольной промышленности .

Максимально возможно (на 100%) защищены сайты 18 территориальных объединений организаций профсоюзов: Белгородское

областное объединение организаций профсоюзов, Воронежское областное объединение организаций профсоюзов, Карачаево-Черкесское республиканское объединение организаций профсоюзов, Московская Федерация профсоюзов, Нижегородский областной союз организаций профсоюзов «Облсовпроф», Объединение организаций профсоюзов Ярославской области, Псковский областной совет профессиональных союзов, Сахалинский областной союз организаций профсоюзов, Смоленское областное объединение организаций профсоюзов, Тюменский областной совет профессиональных союзов, Федерация независимых профсоюзов, Крыма, Федерация омских профсоюзов Федерация профсоюзов Пензенской области, Федерация профсоюзов Приморского края, Федерация профсоюзов Республики Татарстан, Федерация профсоюзов Самарской области, Федерация профсоюзов Ставропольского края, Хабаровское краевое объединение организаций профсоюзов.

*Анализ показал, что заявленный уровень безопасности сайтов профсоюзов не зависит от численности организаций. Профсоюзы с высоким уровнем безопасности и с уровнем безопасности сайтов ниже 50% присутствуют во всех категориях по численности.*

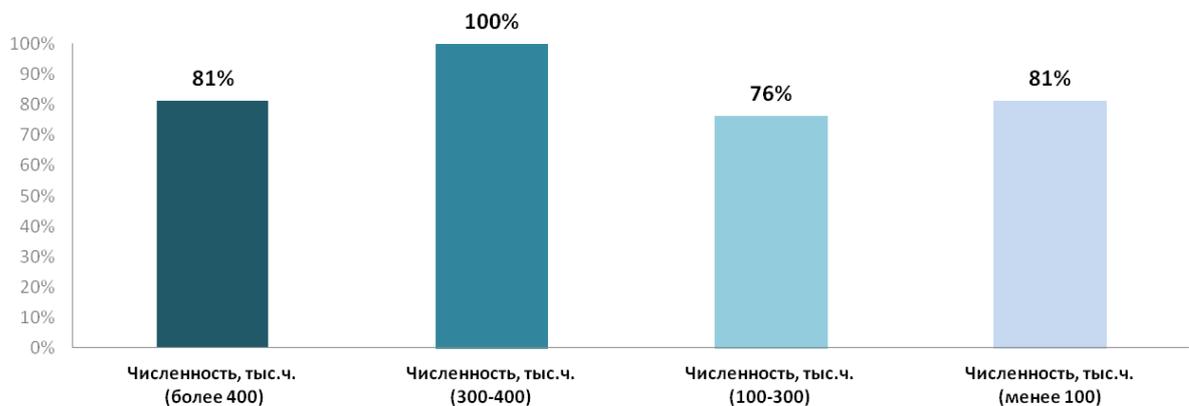


Рис. 62. Индекс защищенности сайтов профсоюзов в зависимости от численности профсоюза.

Зависимости от уровня финансирования информработы также не наблюдается, что говорит либо об отнесении расходов на сайты профсоюзами на иные статьи расходов в бюджете, либо о незначительности трат на безопасность сайтов в масштабах общих трат профсоюзов на информационную работу.

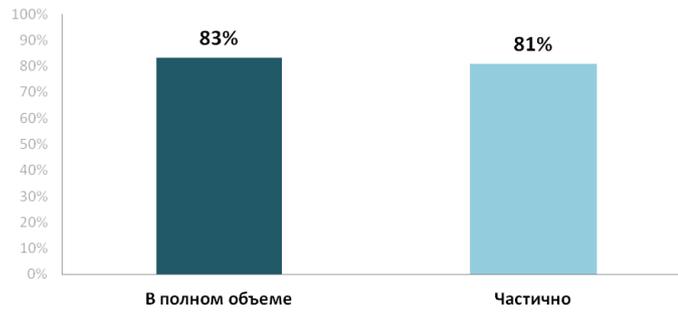


Рис. 63. Индекс защищенности сайтов профсоюзов в зависимости от уровня финансирования.

Безопасность 23 сайтов (30%) ТООП в рамках исследования была зафиксирована на уровне 60% и ниже, что говорит о низком уровне обеспечения защиты от «взлома» данного информационного ресурса.

У ТООП картина обратная профсоюзам – индекс безопасности прямо коррелирует с численностью организации и финансированием информработы.

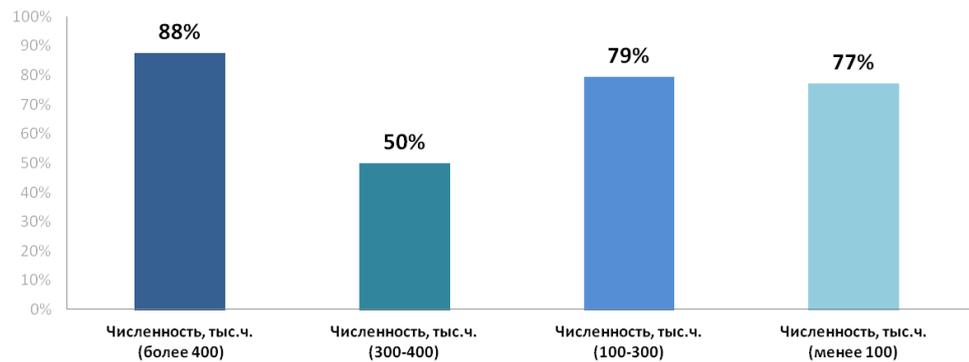


Рис. 64. Индекс защищенности сайтов ТООП с учетом численности организаций.

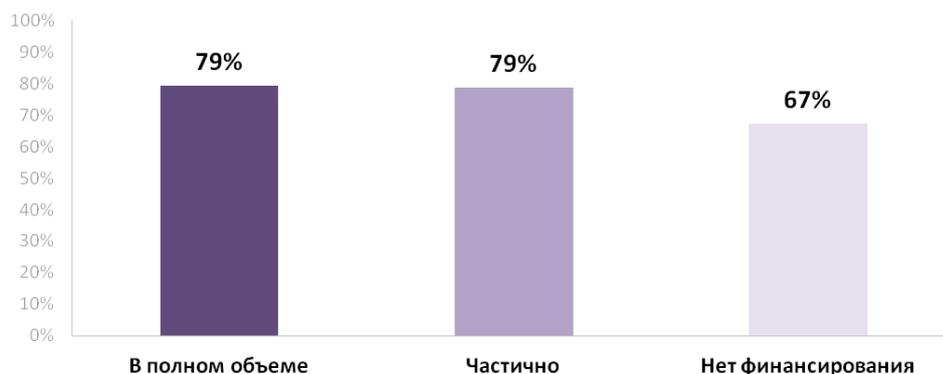


Рис. 65. Индекс защищенности сайтов ТООП по уровню финансирования.

Необходимо отдельно сравнить меры обеспечения безопасности ТООП и профсоюзов численностью от 300 до 400 тыс. членов.

## Выводы

Можно отметить, что в 2022 году работа с сайтами приобрела более системный характер, ряд организаций существенно модернизировали свои сайты. Однако проблемные моменты, касающиеся структуры и содержания сайтов – сохранились, а именно: отсутствие адаптивной (мобильной) верстки, отсутствие информации о принадлежности к ФНПР, недостаточно качественное освещение позиции и действий профсоюзов в новостных материалах, отсутствие актуальных методических материалов.

Членским организациям рекомендуется:

1. обратить внимание на разделы: «Методические материалы», «Документы» и провести работу по их наполнению;
2. рассмотреть возможность обновления архитектуры и дизайна (разработать мобильную версию);
3. разместить в явном виде информацию о принадлежности к ФНПР (в виде виджета, баннера);
4. разместить новые виджеты газеты «Солидарность»;
5. обратить внимание на качество текстов – дополнять цитатами, не именовать героев по инициалам, расшифровывать малознакомые читателям аббревиатуры;
6. увеличить количество новостных материалов о позиции и действиях организаций по важным для членов профсоюзов вопросам;
7. увеличить количество аналитических материалов, показывающих результаты деятельности организации на благо членов профсоюзов;
8. усиливать защиту сайтов;
9. предусмотреть наличие специалистов (в штате или внешних), отслеживающих работоспособность сайта, следящих за актуальностью материалов.

Членским организациям ФНПР, у которых отсутствуют ресурсы на создание и ведение собственных сайтов рекомендуется перейти на ведение страницы организации на сайте ФНПР, позволяющей представить визитку организации, публиковать собственные новости и поддерживать контакты с членами профсоюзов. Данный сервис предоставляется членским организациям ФНПР и профсоюзам, сотрудничающим с ФНПР на основании соглашения, на безвозмездной основе.

## **Сообщества, страницы членских организаций ФНПР в социальной сети ВКонтакте, каналы в мессенджере Telegram**

В рамках оценки информационных ресурсов членских организаций ФНПР Департамент Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политики и развития профсоюзного движения провел обследование сообществ, страниц и каналов в социальной сети «ВКонтакте» и мессенджере «Telegram». Стоит отметить, что членские организации успешно переориентировались на ведение своих сообществ в данных соцсетях после признания компании Meta, которая владеет Instagram и Facebook, экстремистской организацией.

Всего изучено 250 страниц членских организаций, из них: 76 официальных сообществ в соцсети ВКонтакте, 44 личных страницы в соцсети ВКонтакте, 47 страниц молодежных советов, 72 официальных канала организаций в мессенджере Telegram, 11 личных каналов председателей в Telegram. Суммарная аудитория на момент обследования – около 216 тыс. подписчиков<sup>11</sup>.

По данным аналитической платформы Brand Analytics, с февраля по октябрь 2022 года число ежедневно активных авторов в Telegram выросло на 58%. Это рекордный рост среди всех социальных платформ. Прирост ежедневно публикуемого контента в Telegram также рекордный – плюс 24%. Telegram воспринимается аудиторией как ключевой источник оперативной новостной информации.

Данный рост последовал за признанием компании Meta, которая владеет Instagram и Facebook, экстремистской организацией, после чего доступ к данным информационным ресурсам был заблокирован на территории Российской Федерации, что повлекло за собой отток пользователей, государственные и многие общественные организации перестали поддерживать там свои страницы. При этом стоит отметить, что по типу контента социальная сеть ВКонтакте ближе к социальным сетям Meta. Компания ВКонтакте активно внедряла в 2022 года визуальные компоненты – видеоролики и посты с графикой получили приоритет в поисковой выдаче, появились «сторис» (короткие видеоролики про «здесь и сейчас»). Telegram пошел по другому пути – он совместил в себе функционал мессенджера через развитие чатов (общение по типу «1:1» в личном чате и «многие:многие» в групповых чатах) и новостного агрегатора, развивая каналы (общение типа «1:многие»). При этом большая часть контента остается текстовой, а

---

<sup>11</sup> В 2021 году - всего изучена 181 страница членских организаций, 49 страниц молодежных советов, 159 личных страниц руководителей членских организаций, 89 страниц председателей молодежных советов членских организаций ФНПР. Адреса страниц были взяты Департаментом из открытых источников. В 2023 году обследование проводится только по страницам, заявленным членскими организациями ФНПР самостоятельно (в рамках самообследования по Методике).

основной пользовательский критерий – быстрое потребление информации, а значит короткие тексты (не более площади экрана смартфона).



Рис. 66. График построен по числу активности русскоязычных пользователей соцсетей в течение дня.

Членские организации предоставляли данные о своих информационных ресурсах на площадках «ВКонтакте» и «Telegram» самостоятельно, на основе запроса от ФНПР. По результатам данного запроса было выявлено следующее:

- часть организаций не различает молодежное сообщество (оформленное как сообщество молодёжного совета) и официальное сообщество профсоюзной организации,
- часть организаций не различает канал председателя в Telegram, доступный всем пользователям, и личный чат с руководителем.

За 2022 год присутствие членских организаций ФНПР в мессенджере «Telegram» значительно усилилось: увеличилось как количество каналов организаций (почти в 3 раза), так и количество личных каналов председателей. Отдельно стоит отметить, что профсоюзная молодежь также стала вести свои каналы на данной площадке. Данные о наличии каналов молодежных советов/комиссий передали 8 ТООП и 6 профсоюзов.

На основе суммарной оценки показателей, зафиксированных в Методике, для оценки работы профсоюзов в социальных сетях выведены значения общего

индекса этой работы для ТООП и профсоюзов<sup>12</sup>. Данные индекса проанализированы в зависимости от численности организаций, финансирования инфорработы и кадровой обеспеченности организации.

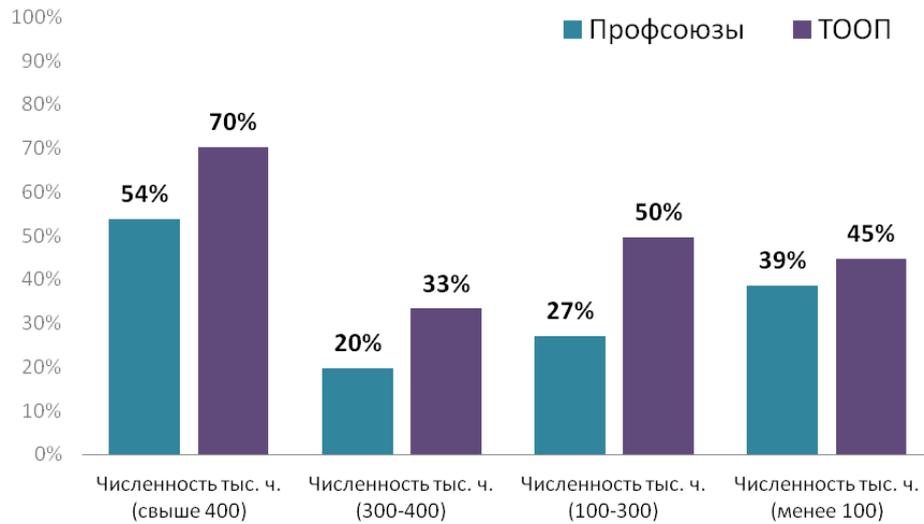


Рис. 67. Уровень сообществ в социальных сетях в зависимости от численности организаций.

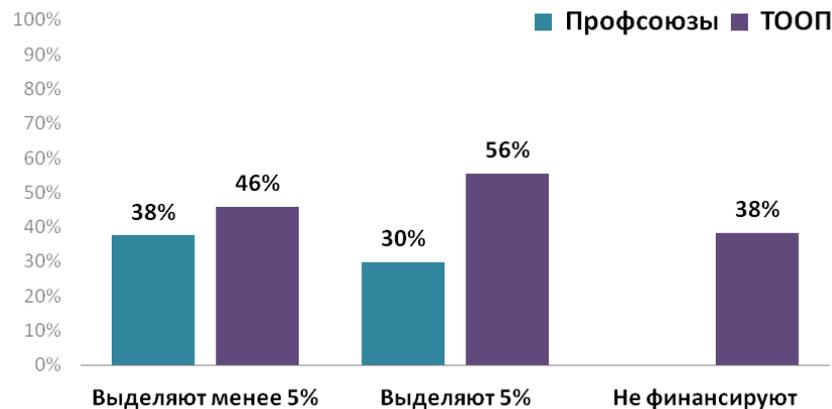


Рис. 68. Уровень сообществ в социальных сетях в зависимости от уровня финансирования.



Рис. 69. Уровень работы в социальных сетях с учетом влияния кадрового обеспечения.

<sup>12</sup> Приложение 2 – Индекс работы профсоюзов и ТООП в социальных сетях.

*По итогам анализа можно сделать выводы: профсоюзы и ТООП до сих пор слабо представлены в социальных сетях. Размер организации влияет на ее возможности в социальных сетях нелинейно (скорее всего в разрезе числа потенциальной целевой аудитории), финансирование информационной работы имеет влияние на качество страниц, однако само по себе не способно сделать этот профсоюзный ресурс качественным. Кадровый ресурс имеет на соцсети профсоюзов и ТООП прямое влияние, причем в ТООП это влияние сильнее, предположительно за счет использования ресурса профактива.*

## **Мессенджер «Telegram» – официальные каналы**

Официальные страницы в Telegram имеют 55 ТООП и 17 профсоюзов. В 2021 году телеграм-каналы вели 4 территориальных объединения организаций профсоюзов и 8 профсоюзов. Суммарная аудитория телеграм-каналов профсоюзов – 37 тыс. подписчиков, из них – 23,7 тыс. у профсоюзов (из них на каналы Профсоюза работников здравоохранения РФ и Российского профсоюза железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ) приходится 18 тыс. подписчиков) и 13,3 тыс. - у ТООП.

В Telegram стало нормой иметь многотысячную и даже миллионную аудиторию подписчиков. На этом фоне каналы профсоюзных организаций, в которых, при общей численности свыше 100 000 членов профсоюза, менее 100 подписчиков выглядят так, как будто после их создания профсоюзный актив не проинформировали об их существовании.

Основной проблемой у многих организаций остается то, что содержание публикаций не адаптируется под специфику платформы. Зачастую размещаются только ссылки на публикации на сайте или в официальном сообществе ВКонтакте. Если причиной такой проблемы является отсутствие ресурсов под ведение еще одной страницы, тогда целесообразно сосредоточиться на качественном ведении одной из них.

Лишь у 47% телеграм-каналов членских организаций ФНПР контент полностью или частично не дублируется с сайта или сообществ(а) организации в социальной сети ВКонтакте. У 53% организаций – контент дублируется из другого информационного ресурса. Разнообразие контента профсоюзной организации оценивалось на основе сопоставления новостных публикаций на сайте, в сообществе ВКонтакте и телеграм-канале.

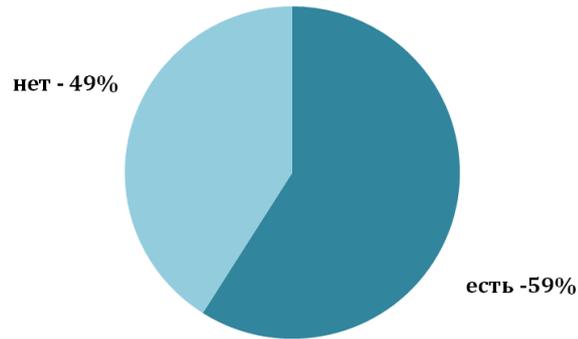


Рис. 70. Разнообразие контента в телеграм-каналах профсоюзов.

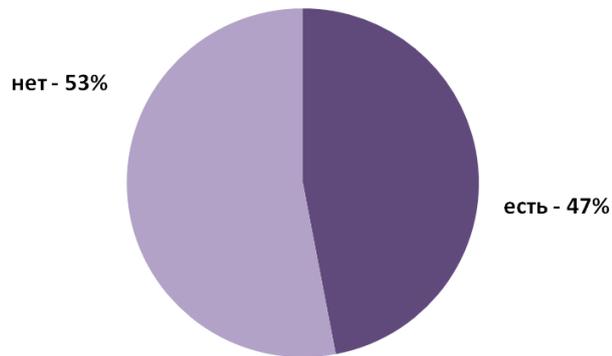


Рис. 71. Разнообразие контента в телеграм-каналах ТООП.

В телеграм-каналах профсоюзов ситуация с разнообразием контента обстоит лучше: содержание публикаций не дублируется из других информресурсов организаций у 59% профсоюзов.

Наличие общепрофсоюзной повестки в виде репостов или рерайтов новостей ФНПР, газеты «Солидарность», иных профсоюзных источников присутствует в чуть более половины телеграм-каналов профсоюзов. Остальные организации – не используют новостные материалы ФНПР и Солидарности. Ситуация с наличием общепрофсоюзной повестки в телеграм-каналах ТООП выглядит аналогично.

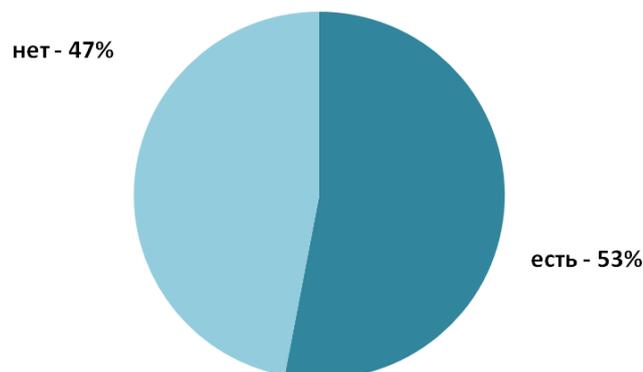


Рис. 72. Наличие общепрофсоюзной повестки в телеграм-каналах профсоюзов.

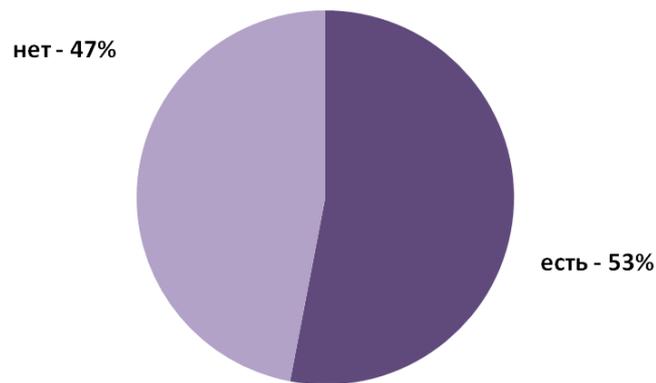


Рис. 73. Наличие общепрофсоюзной повестки в телеграм-каналах ТООП.

Также стоит отметить, что 8 профсоюзов (47%) и 28 ТООП (51%) не указывают в описании канала информации об организации – полного названия организации, направлений деятельности, ссылки на другие информационные ресурсы. Указание данной информации – необходимый шаг для привлечения новой аудитории, так как она может быть не знакома с деятельностью профсоюзов. Размер описания канала технически ограничен 255 символами, поэтому следует оформлять его кратко и тезисно.

Кроме того, стоит отметить наличие личных каналов председателей в Telegram: 11 ТООП сообщили в рамках исследования о наличии данных ресурсов. О личных каналах председателей профсоюзов данных не поступило.

### **Социальная сеть «ВКонтакте» – официальные страницы**

Официальные страницы из 102 опрошенных членских организаций ФНПР в социальной сети ВКонтакте имеют 63 ТООП и 13 профсоюзов. Суммарная аудитория – 114 тыс. подписчиков, из них 42 тыс. у профсоюзов, 72 тыс. у ТООП.

При этом стоит отметить, что у территориальных организаций профсоюзов также имеется собственная широкая сеть страниц, которые в рамках данного исследования не описывались по методике, изучались выборочно.

Центральным показателем для страниц в социальных сетях является вовлеченность подписчиков. Вовлеченность пользователей оценивалась как отношение среднего числа положительных реакций на последние 10 публикаций («лайков» + комментариев + репостов) к числу подписчиков страницы. В SMM (Social Media Marketing – тип интернет-маркетинга,

который используется в социальных сетях для продвижения страниц, увеличения трафика, привлечения новых подписчиков) приняты следующие нормы:

- менее 1% – низкий показатель;
- от 1% до 3,5% – средний показатель;
- от 3,5 % до 6% – высокий показатель;
- свыше 6% – очень высокий показатель.

**По данным за 2022 год, вовлеченность пользователей на страницах ТООП и профсоюзов снизилась.** Если в 2021 году высокими показателями могли похвастаться 60% страниц профсоюзов, то в 2022 году этот показатель упал до 15%, у ТООП падение составило от 32% к 21% соответственно.

Пользователи страниц ТООП чуть более активно реагируют на их контент (оставляют больше лайков, комментариев и делают больше репостов).

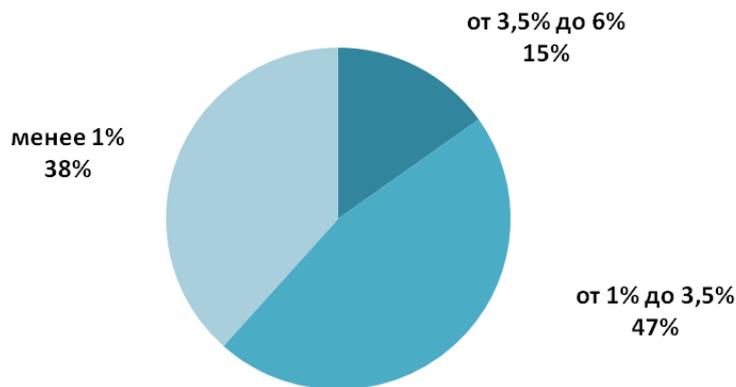


Рис. 74. Вовлеченность пользователей на страницах профсоюзов.

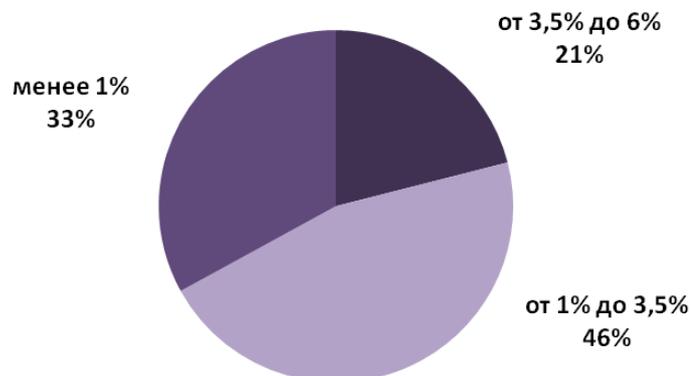


Рис. 75. Вовлеченность пользователей на страницах ТООП.

Причину таких изменений, в том числе – падения вовлеченности - стоит искать, в первую очередь, в кардинальном обновлении в 2022 году работы ленты новостей (списка новостей, которые предлагаются пользователю для просмотра при входе в социальную сеть). Социальная сеть ВКонтакте обновила свои алгоритмы в пользу видеоконтента, который практически не встречается у профсоюзных организаций. Кроме того, в ленту попадают новости, на которые есть положительная реакция «друзей» подписчика, и если у профсоюзных активистов, как правило, таких пользователей много, то у рядового члена профсоюза новость появится только, если получит реакцию – «лайк», комментарий или репост - от профсоюзного активиста, с которым он знаком.

***Членским организациям необходимо учитывать особенности работы алгоритмов социальных сетей и следить за изменениями в этой сфере.***

Однако на вовлеченность пользователей влияют и другие факторы. Это и визуальное оформление, и, безусловно, содержание самих публикаций.

Из членских организаций высокими показателями вовлеченности при большой аудитории отличаются сообщества: Московской Федерации профсоюзов — свыше 6%, Алтайского крайсовпрофа — свыше 6%, Вологодской областной Федерации профсоюзов — свыше 6%. Ни у одного профсоюза в сообществе показатель вовлеченности не превышает 6%.

В 2022 году членские организации ФНПР стали чаще размещать публикации. В 2021 на 33% страниц посты выходили с интервалом 1 раз в месяц и реже или отдельными публикациями несколько раз в год. В этом году 15% профсоюзов, заявивших свои страницы к обследованию, размещают посты 1 раз в неделю, 85% - несколько раз в неделю.

Стоит отметить: что у ТООП встречаются сообщества, которые обновляются 1 раз в год или реже. 86% территориальных объединений организаций профсоюзов размещают публикации несколько раз в неделю, 5% - 1 раз в неделю, 9% - реже одного раза в неделю.

Была оценена также визуальная составляющая страниц по параметрам: наличие информации об организации в описании, наличие ссылки на сайт в описании, указание в описании основных направлений деятельности, указание количества членских организаций, членов профсоюза, иного цифрового факта, наличие меню сообщества, наличие единого фирменного стиля, соблюдение рекомендаций по визуальному оформлению сообщества и оформлению текста публикаций согласно Рекомендациям по работе в социальной сети ВКонтакте для профсоюзных организаций, подготовленным Департаментом в 2022 году. По итогу была выведена средняя оценка

восприятия (при расчете все показатели были равновесны). Была применена следующая шкала ранжирования: менее 50% по сумме баллов – «слабо», от 50% по до 80% – «хорошо», от 80% – «отлично».

По представленным данным можно судить, что большинство членских организаций ФНПР не достаточно качественно визуально оформляет свои страницы в сети «ВКонтакте». Большая часть страниц оформлена весьма скудно, в описании указано мало информации, отсутствует меню, баннер не является современным, не имеется единого визуального стиля публикаций – шаблонов в одном стиле. Соответственно, причину низкой вовлеченности можно искать и в оформлении, а не только в содержании публикаций.

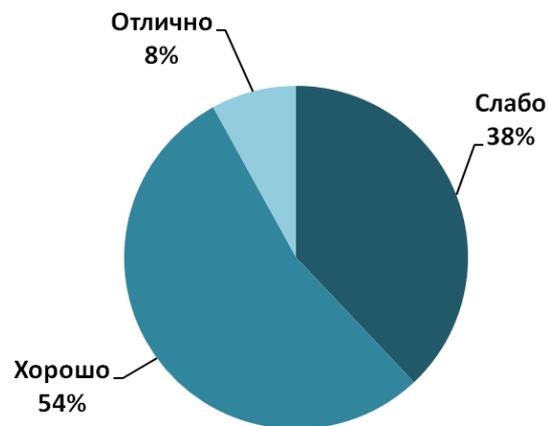


Рис. 76. Оформление страниц профсоюзов.

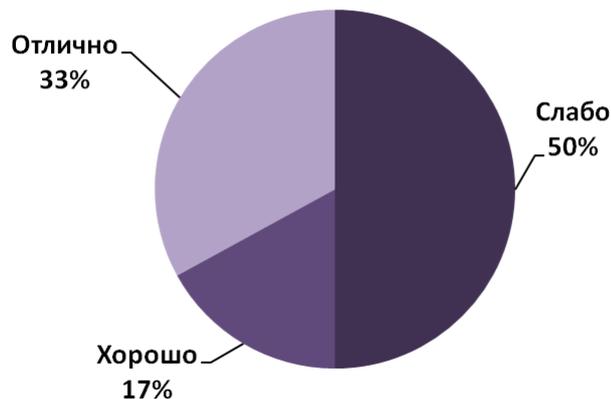


Рис. 77. Оформление страниц ТООП.

Тенденция 2021 года на то, что контент большей части групп состоит из собственных новостей и ссылок на публикации на страницах своих членских (структурных) организаций, сохранилась и в 2022 году. Осталась актуальной проблема содержания новостей - тексты зачастую длинные и слабо адаптированы под формат социальной сети. У редких организаций встречается «вечнозеленый контент» - публикации, актуальные в любой

момент, например, «Зачем вступать в профсоюз», «Льготы и гарантии члена профсоюза» и тому подобное. Именно распространение такого контента через репосты на личные страницы профсоюзных активистов способно наращивать аудиторию страниц, а также вызывать наибольшее количество реакций, что подтверждает ситуация с подобными публикациями на официальной странице ФНПР в соцсети «ВКонтакте».

Кроме официальных страниц во «ВКонтакте», есть группы молодежных советов (молодежного актива) отдельных членских организаций. Из 102 членских организаций, предоставивших данные для обследования, такие страницы есть у 47 (41 ТООП и 6 профсоюзов). Суммарная аудитория – 55 тыс. подписчиков, из них 26 тыс. у профсоюзов, 29 тыс. - у ТООП. В 2021 году такие страницы удалось найти у 39 организаций: 35 страниц ТООП и 4 профсоюза. Страницы молодежных советов зачастую в лучшую сторону отличаются с точки зрения визуального оформления, но реже имеют общепрофсоюзную повестку. Большая часть материалов в этих сообществах – новостные, описывают локальные мероприятия и волонтерские акции с участием молодых профактивистов. Несмотря на активные призывы со стороны ФНПР привлекать молодых профсоюзных активистов к информационной работе в социальных сетях, потенциал данного ресурса по мнению Департамента остается нереализованным.

### **Социальная сеть «ВКонтакте» – личные страницы председателей**

Членскими организациями ФНПР были заявлены 39 личных страниц председателей ТООП и 5 личных страниц председателей профсоюзов. В 2021 году в результате анализа «ВКонтакте» было найдено 38 страниц. Суммарная аудитория – 51,5 тысяч подписчиков, из которых у председателей профсоюзов – всего 5,5 тысяч. Остальные приходятся на долю подписчиков председателей ТООП - 46 тысяч.

Контент личных страниц руководителей членских организаций ФНПР в основном состоит из репостов публикаций официальных сообществ профсоюзных организаций. Такой подход приводит к потере интереса аудитории, что негативно сказывается на уровне подписки на личные страницы председателей, тогда как они являются еще одной возможностью для профсоюзов рассказывать об успехах в своей деятельности на благо защиты членов профсоюзов.

Контент страниц председателей ТООП разнообразнее, чем на страницах председателей профсоюзов. Председатели ТООП больше рассказывают о своей деятельности как руководителя организации: поездки, встречи с активом, участие в различных мероприятиях. Такие сообщения хорошо собирают реакции аудитории, это больше совпадает с трендом «новой искренности», в котором на сегодня ведутся личные страницы политиков и общественных деятелей.

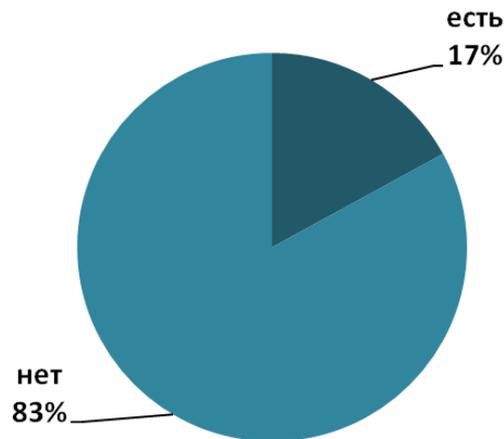


Рис. 78. Разнообразие публикаций на страницах председателей профсоюзов.

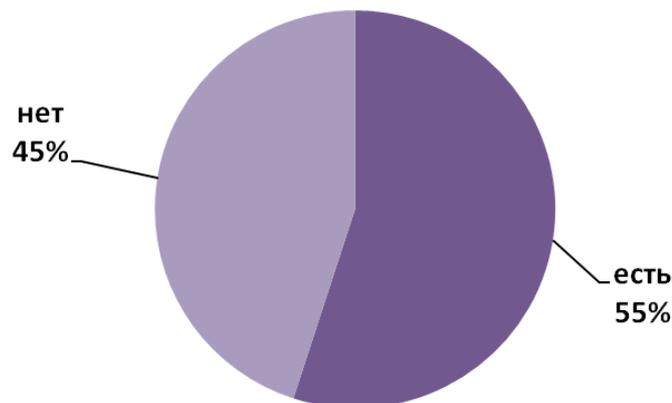


Рис. 79. Разнообразие публикаций на страницах председателей ТООП.

Отдельно стоит отметить, что не у всех председателей на страницах указана принадлежность к профсоюзной организации – место работы. Председатели ТООП чаще указывают в описании своей страницы место работы, а также ссылку на сайт/сообщество организации. Такое действие необходимо, так как это позволяет людям узнать о работе профсоюзов с другой стороны, увидеть людей, возглавляющих данные организации, что положительно влияет на имидж профсоюзов.

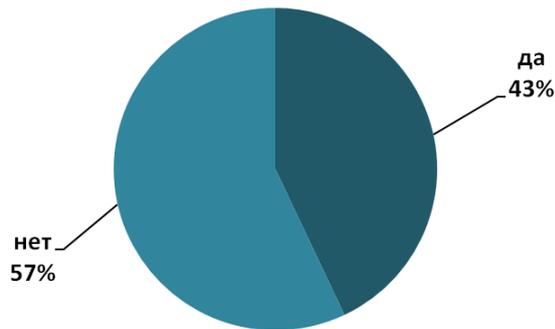


Рис. 80. Указание места работы на страницах председателей профсоюзов.

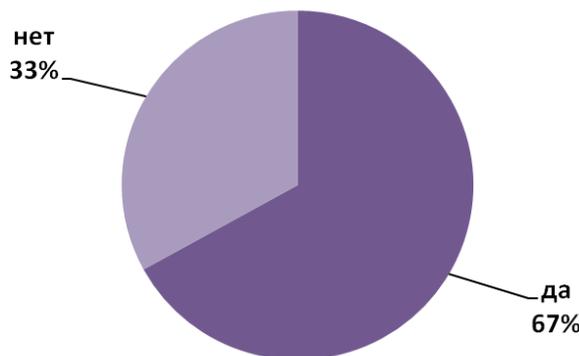


Рис. 81. Указание места работы на страницах председателей ТООП.

Таким образом, можно сделать вывод, что, несмотря на активные призывы со стороны ФНПР к руководителям профсоюзов заняться ведением личных страниц, потенциал этого информационного ресурса профсоюзами не используется. Председатели ТООП в большей мере выполняют рекомендации ФНПР, касающиеся ведения личных страниц. Однако и этим страницам требуется серьезная работа по увеличению числа подписчиков.

## Выводы

С точки зрения охвата аудитории сегодня более привлекательным является мессенджер «Telegram», при этом не все организации качественно работают над ведением каналов в нем. Рекомендация 2021 года об учете особенностей работы алгоритмов каждой сети сохраняется. Желательно готовить уникальный контент или перерабатывать имеющийся под каждую сеть, а не публиковать на всех своих ресурсах одно и то же сообщение с одинаковой иллюстрацией.

*Стоит отметить, что в 2022 году часть организаций начали публиковать более качественный, простой для восприятия контент,*

*однако большая часть материалов – «событийные», недостаточно аналитики и позиции.* Все также отсутствуют вовлекающие публикации, способные заинтересовать людей, не состоящих в профсоюзах, а *личные страницы руководителей членских организаций не позволяют сформировать о них мнение как о публичных персонах - лидерах общественного мнения* в виду крайне низкого числа подписчиков.

Членским организациям ФНПР рекомендуется:

- Шире использовать материалы ФНПР и центральной профсоюзной газеты «Солидарность», отмечать аккаунты, если материалы размещаются не в формате репоста.
- Проводить регулярное информирование членов профсоюзов о наличии страниц в социальных сетях, в том числе через рассылки, кампании по подписке, размещение ссылок на страницы на своих сайтах и страницах организаций на сайте ФНПР, кросс-постинг (репост со страницы лидера в официальное сообщество и наоборот). Провести кампании по подписке среди профактива.
- Разнообразить форматы контента – ввести такие рубрики как «профсоюз помог», «в помощь работнику», «достижения профсоюза», «что дает членство в профсоюзе». Готовить для каждой страницы контент отдельно, чтобы для аудитории возникала необходимость подписываться на все информационные ресурсы организации, то есть не допускать полного дублирования контента с другого ресурса.
- На страницах и в каналах председателей разнообразить контент, насыщая его личной позицией, указывать место работы и ссылки на информационные ресурсы организации.
- Обновить дизайн сообществ ВКонтакте с учетом современных тенденций в дизайне визуального контента, разработать «фирменный» визуальный стиль публикаций.
- Оформлять название канала Telegram кратко, чтобы была ясна деятельность и принадлежность организации, использование малознакомых аббревиатур не допустимо. В описании указывать информацию об организации тезисно (основные направления деятельности, яркие факты), ссылку на сайт и сообщество в соцсети ВКонтакте.
- Посты оформлять согласно основному запросу аудитории – в виде структурированного краткого текста (длинный текст без визуального разделения вызывает потерю интереса аудитории).
- Разместить адреса каналов организаций, страниц в соцсетях, а также страниц и каналов руководителей в публичном доступе (на собственных сайтах, на страницах организаций на сайте ФНПР).

- Постоянно вести обучение кадров, ответственных за данное направление информработы (повышать их квалификацию не реже 1 раза в квартал по тематике актуальных изменений алгоритмов платформ и трендам при подготовке контента)

## Печатные СМИ членских организаций ФНПР

В 2022 году из 102 опрошенных членских организаций ФНПР издавали печатные СМИ 56 (ТООП – 43, профсоюзы- 13). В данном обследовании не анализировались СМИ, которые ранее были печатными, а теперь выходят исключительно в электронном формате.

Контент оценивался по следующим параметрам: разнообразие жанров, наличие комментариев экспертов, структурная организация текста, информативность материалов, качество текста, читаемость материалов, наличие материалов отчетов с крупных официальных профсоюзных мероприятий, наличие материалов о работе отдельных профсоюзных структур/организаций, наличие материалов о социальном партнерстве в отрасли/регионе/на предприятии, наличие описания лучших практик профсоюзных организаций от коллег по отрасли и регионам, наличие информации о спортивных соревнованиях, конкурсах, обучении, форумах, тренингах, проводимых профорганизациями, наличие ярких примеров защиты интересов членов профсоюза.

**В печатных СМИ ТООП, по данным исследования, публикуются более качественные материалы, чем на сайтах и страницах соцсетей – в 84% изданий контент на высоком уровне, то есть по результатам обследования набрал от 10.5 до 13 баллов из 13 возможных. В профсоюзах только у 50% организаций контент находится на том же уровне. У 2 из 13 профсоюзных печатных изданий отмечено неудовлетворительное качество материалов - основными проблемами являются отсутствие разнообразия жанров публикаций, редкое использование комментариев экспертов, ограниченная информативность материалов, некачественные тексты, понимание содержания которых затруднительно, отсутствие примеров защиты интересов членов профсоюза.**

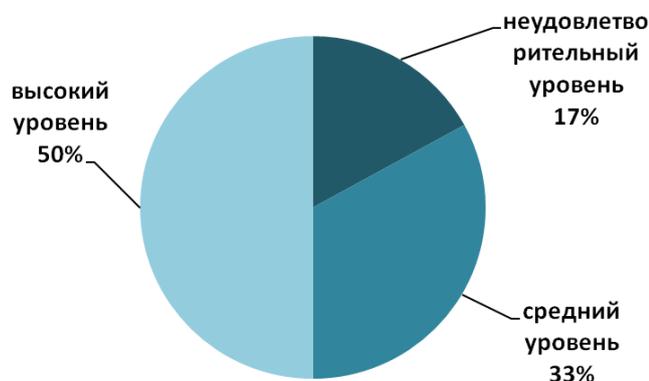


Рис. 82. Контент печатных СМИ профсоюзов.

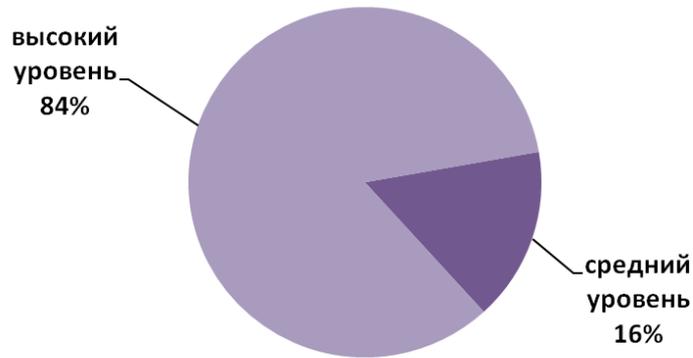


Рис. 83. Контент печатных СМИ ТООП.

Печатные СМИ ТООП разнообразны по жанрам статей. У профсоюзов встречаются издания, в которых публикации однотипные, чаще посвящены описанию мероприятий, что может вызывать потерю интереса у читателей.

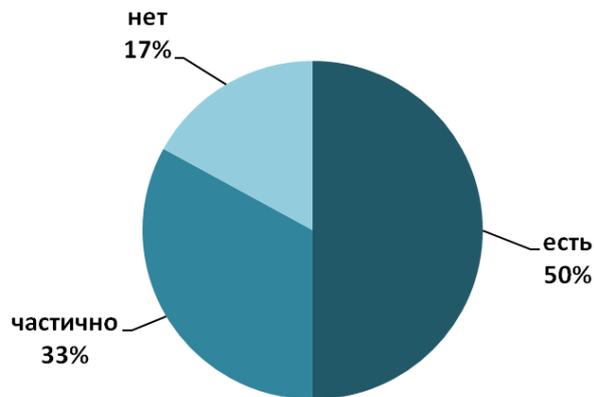


Рис. 84. Разнообразие жанров у профсоюзов.

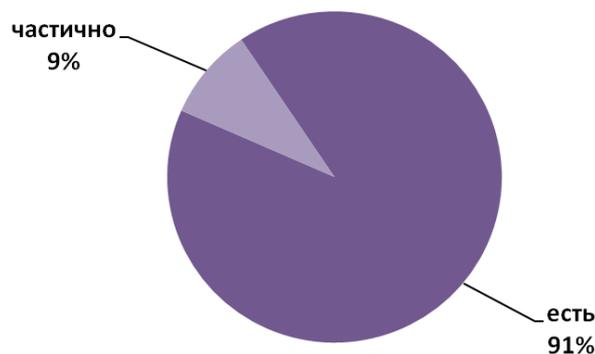


Рис. 85. Разнообразие жанров у ТООП.

**У всех печатных СМИ, которые были проанализированы в рамках исследования, имеются материалы о социальном партнерстве в отрасли/регионе/на предприятии.** При этом не все СМИ публикуют информацию о лучших практиках профсоюзных организаций от коллег по

отрасли и регионам. ТООП чаще размещают данные материалы в печатных СМИ, чем профсоюзы.

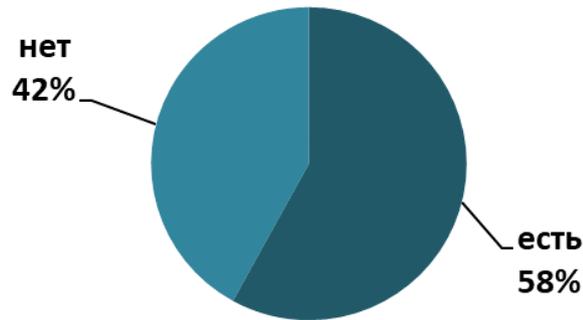


Рис. 86. Наличие описания лучших практик у профсоюзов

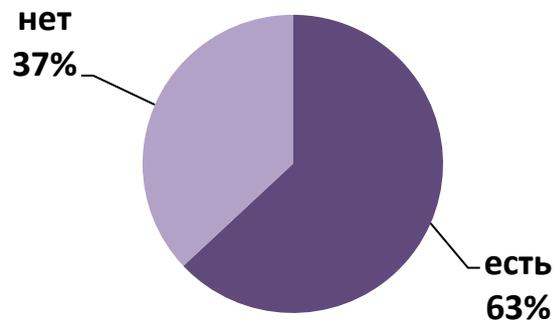


Рис. 87. Наличие описания лучших практик у ТООП.

**Стоит отметить, что примеры защиты интересов членов профсоюзов размещаются не всеми членскими организациями ФНПР в своих печатных СМИ. 22 территориальных объединений организаций профсоюзов размещают в своих газетах информацию о помощи членам профсоюза, тогда как больше половины изданий профсоюзов не публикуют данные новости.**

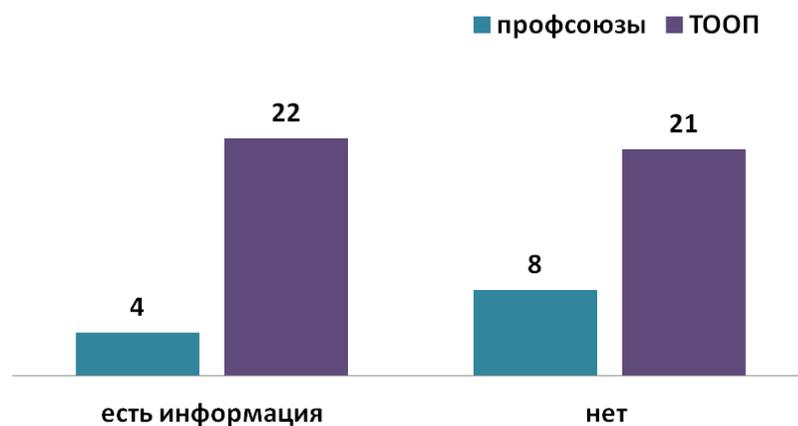


Рис. 88. Наличие ярких примеров защиты интересов членов профсоюза.

Комментарии экспертов также реже встречаются в печатных СМИ профсоюзов, чем в ТООП. По данным исследовании, практически во всех (в 41 из 43) печатных СМИ ТООП публикуются комментарии экспертов, тогда как в отраслевых – лишь в 8 из 13.

По качеству структуры печатных профсоюзных СМИ наблюдается положительная закономерность – структура 84% обследуемых информационных ресурсов находится на высоком уровне (по результатам оценки печатное СМИ набрало от 8 до 9 баллов из 9) – это 46 печатных СМИ из 56. На хорошем уровне структура – в 14% печатных СМИ (8 из 56), на среднем – в 2% (1 из 56). При оценке структуры оценивались следующие параметры: выполнение верстки по модульной сетке, использование ограниченного, постоянного количества шрифтов, оформление постоянных рубрик издания названием и/или графически, одинаковое оформление однотипных структурных элементов, выделение заголовков, врезов и других элементов на фоне основного текста, визуальное оформление статей, указание авторства материалов, наличие выходных данных и контактов издания.

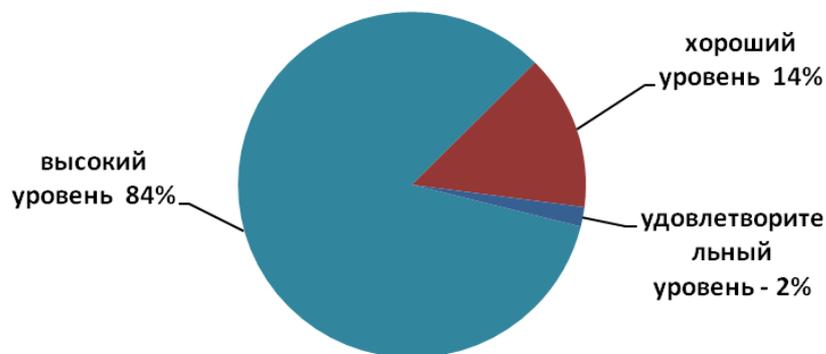


Рис. 89. Структура печатных СМИ членских организаций ФНПР.

По подписке распространяются половина (6 из 13) из оцениваемых печатных СМИ отраслевых профсоюзов и две третьих изданий (28 из 43) территориальных объединений, остальные печатные издания профсоюзов и ТООП распространяются свободно.

Печатные СМИ ТООП в основном выходят не реже 1 раза в месяц. Только 10 изданий ТООП и 2 отраслевых профсоюзов выпускают номера 1 раз в неделю.

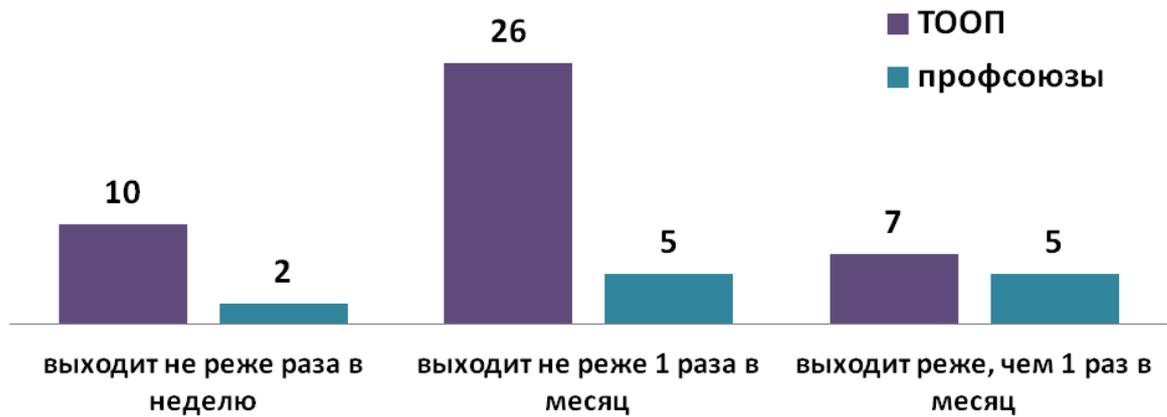


Рис. 90. Периодичность выхода печатных изданий

Территориальные объединения организаций профсоюзов в основном выпускают журналы или газеты объемом 8 или менее полос, тогда как печатные СМИ профсоюзов преимущественно состоят из не менее 12 или 8 полос. Данную тенденцию можно связать с периодичностью выхода изданий – печатные издания профсоюзов выходят реже, чем газеты/журналы ТООП.

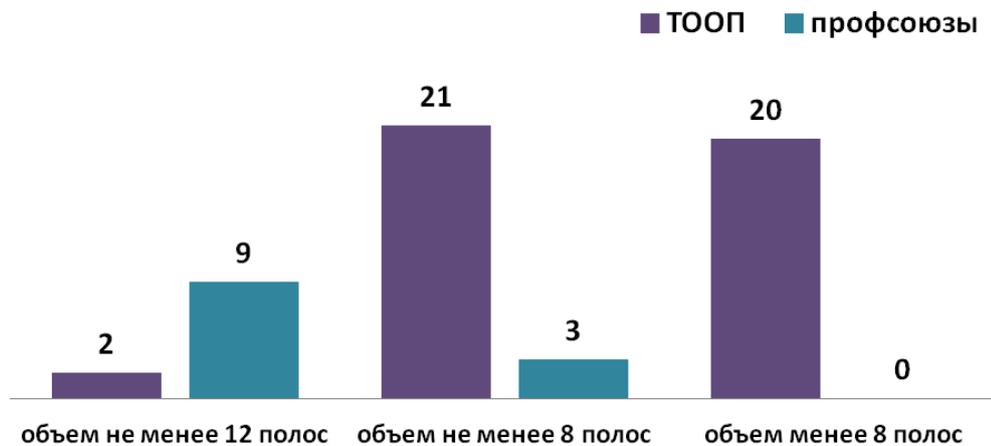


Рис. 91. Объем печатных СМИ членских организаций ФНПР

Регистрация печатного СМИ является обязательной, если тираж издания превышает 1000 экземпляров. По данным исследования, из 56 обследуемых газет/журналов членских организаций ФНПР зарегистрировано более половины – 37 изданий (в основном но издания ТООП). С точки зрения Департамента тираж печатного СМИ для общероссийского профсоюза менее 1000 экземпляров, а также издание газеты раз месяц считается недостаточным для достижения целей информирования даже профактива.



Рис. 92. Тираж печатных СМИ членских организаций ФНПР.

В рамках обследования были собраны опросным методом данные о подписке на центральную профсоюзную газету «Солидарность». По данным, предоставленным самими членскими организациями, норма подписки выполняется полностью<sup>13</sup> только в 18% членских организаций ФНПР - в 18 из 102 опрошенных. Норма выполняется частично в большинстве организаций – в 78%. Подписка не оформляется в 4 из 102 предоставивших информацию организаций, две из которых вошли в состав ФНПР менее года назад: Федерация профсоюзов Луганской Народной республики, Федерация профсоюзов Донецкой Народной Республики, Федерация профсоюзов Республики Хакасия, Профсоюз работников физической культуры, спорта и туризма РФ.

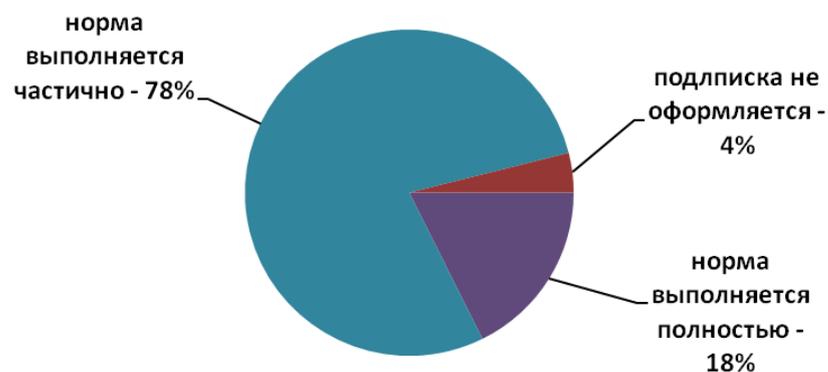


Рис. 93. Подписка на газету «Солидарность».

Если рассматривать данную картину в процентном соотношении, то отраслевые и территориальные объединения профсоюзов по данным самообследования находятся на одинаковом уровне оформления подписки: в 77% отраслевых профсоюзов и 79% ТООП норма по подписке выполняется

<sup>13</sup> Норма выполняется полностью - в количестве не менее одного экземпляра печатной или электронной версии на 100 членов профсоюза, для малочисленных организаций (менее 100 человек) – не менее одного экземпляра на ППО.

частично, в 19% отраслевых профсоюзов и 17% ТООП – полностью, в 4% отраслевых профсоюзов и ТООП подписка не оформляется.

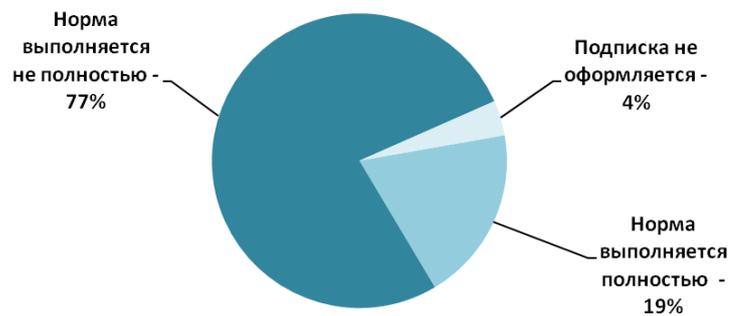


Рис. 94. Оформление подписки на газету «Солидарность» профсоюзами.

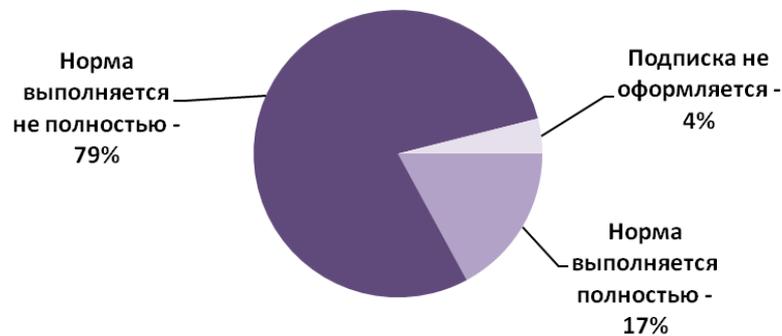


Рис. 95. Оформление подписки на газету «Солидарность» по территориям.

Примечательно, что по данным, приведенным на сайте центральной профсоюзной газеты «Солидарность» (материал от 21 февраля 2023 года «Подписка на газету “Солидарность” в окружном разрезе» <https://www.solidarnost.org/articles/podpiska-na-gazetu-solidarnost-v-okruzhnom-razreze.html>) в полном объеме подписку выполняет только Красноярский краевой союз организаций профсоюзов (109%). На втором месте - Сахалинский областной союз организаций профсоюзов (51,6% от норматива). *Остальные ТООП имеют уровень подписки ниже 50% от установленных резолюцией VII Съезда ФНПР нормативов.*

На основании суммарной оценки показателей построен индекс состояния печатных СМИ ТООП и профсоюзов<sup>14</sup>. Данный индекс проанализирован с точки зрения влияния на него численности организации, финансирования информационной работы и кадрового потенциала организаций.

<sup>14</sup> Значения индексов для организаций - в Приложении № 2.

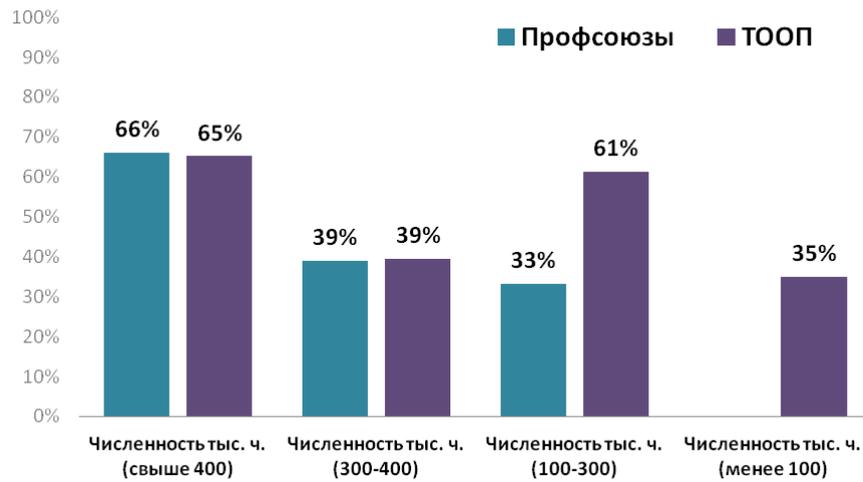


Рис. 96. Уровень печатных СМИ в зависимости от численности организаций.

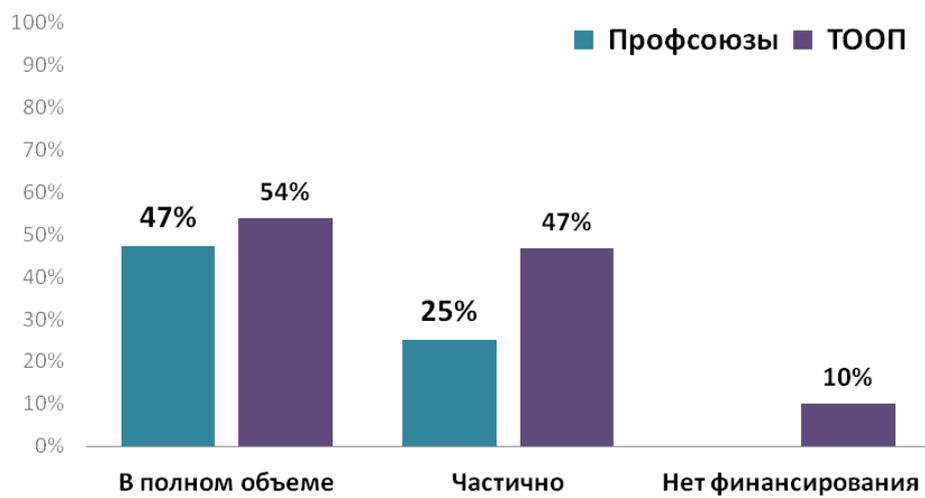


Рис. 97. Уровень печатных СМИ в зависимости от уровня финансирования.

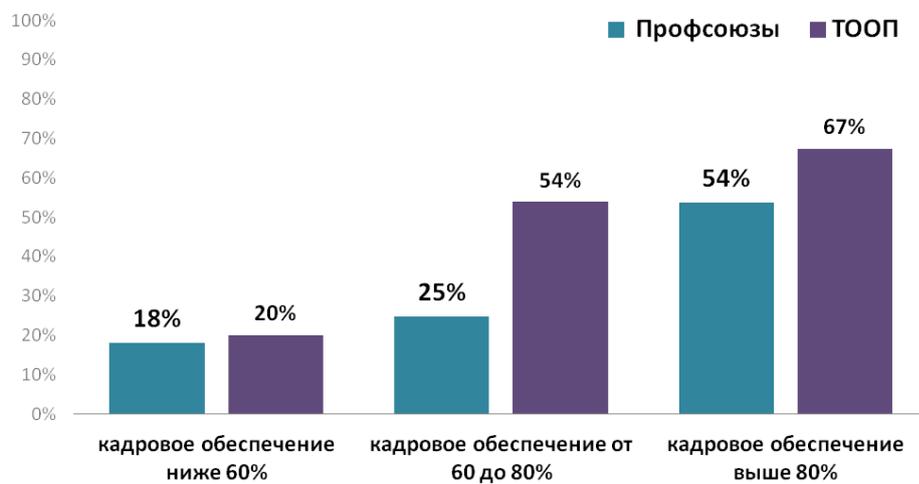


Рис. 98. Уровень печатных СМИ в зависимости от уровня кадрового обеспечения.

*Уровень печатных СМИ профсоюзов и ТООП не зависит от численности членов профсоюза в самой организации, на него напрямую и достаточно сильно влияет уровень финансирования информационной работы, и еще в большей степени оказывает влияние состояние кадров для информационной работы.*

## **Выводы**

Стоит подчеркнуть, что печатные профсоюзные СМИ - один из самых высоких по качеству контента и структуры информационных ресурсов членских организаций ФНПР. В 2022 году продолжилась тенденция на снижение количества печатных СМИ профсоюзов. Часть печатных СМИ перешли на электронный формат и распространяются e-mail рассылками, а также размещаются на сайтах организаций. Негативным последствием данного решения, как отмечалось в аналитике за 2021 год и сохраняет актуальность на сегодняшний момент, является уменьшение вероятности, что информационный материал в принципе попадет к нечлену профсоюза, и дойдет до каждого члена профсоюза. Даже при рассылке профактиву часть материалов не будет прочитана, так как попадет в спам. С другой стороны, бесспорный плюс такого решения – снижение затрат на производства и простота доставки (отсутствие затрат на логистику).

*Для печатных СМИ членских организаций ФНПР рекомендуется:*

- разнообразить жанры публикаций, чаще публиковать информацию о лучших практиках профсоюзных организаций от коллег по отрасли и регионам, размещать информацию о защите интересов членов профсоюза,
- увеличивать финансирование и кадровую подготовку по данному направлению,
- писать более понятным для читателя языком, чтобы не затруднялось понимание содержания (более актуально для профсоюзов, чем для ТООП),
- увеличивать тиражи собственных печатных изданий, активизировать подписку на газету «Солидарность».
- продумывать механизм доставки электронных версий изданий более широкому кругу.

## Общая оценка информационной работы членских организаций ФНПР

В ходе проведенного анализа состояния информационных ресурсов и структур членских организаций, построенного на самооценке организаций части параметров работы, недоступных к изучению извне (таких, как уровень подготовки кадров, технические средства защиты сайтов и т.п.), а также на экспертной оценке показателей, доступных к изучению (таких, как содержимое публикаций, частота размещения информации, дизайн сайтов и т.п.), сначала были сформированы индексы по каждому направлению работы, после чего сформирован общий индекс информационной работы (как средневзвешенный)<sup>15</sup>. На данный момент у Департамента недостаточно исследовательской базы для оценки степени влияния на общий уровень информационной работы каждого направления, поэтому в рамках исследования они приняты за равновесные.

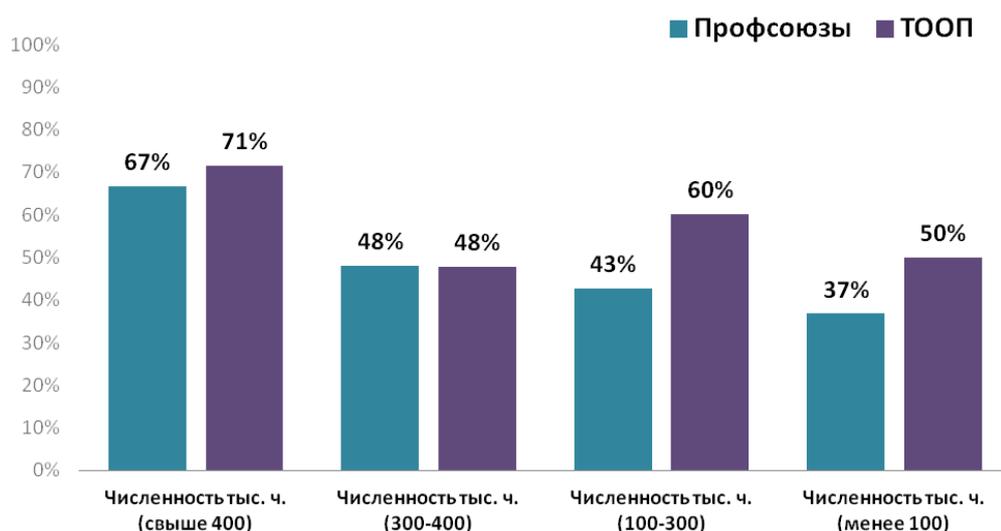


Рис. 99. Уровень информационной работы в зависимости от численности организаций.

**Исследование показало большую разницу по уровню информработы в организациях с численностью более и менее 400 тыс. членов профсоюзов.** Уровень информационной работы в ТООП с численностью менее 100 тыс.чел. выше, чем в профсоюзах с численностью от 100 до 300 тыс.чел. Такие данные подтверждают ранее сформулированные ИПД АТиСО рекомендации по оптимальной численности профсоюзов. При меньшем числе членов профсоюза общий уровень информработы у профсоюзов снижается. Для ТООП применительно к численности нельзя установить аналогичного порога, так как нет прямой корреляции ни общего индекса, ни отдельных направлений с размером членской базы.

<sup>15</sup> Значения индексов для организаций приведены в Приложении 2.

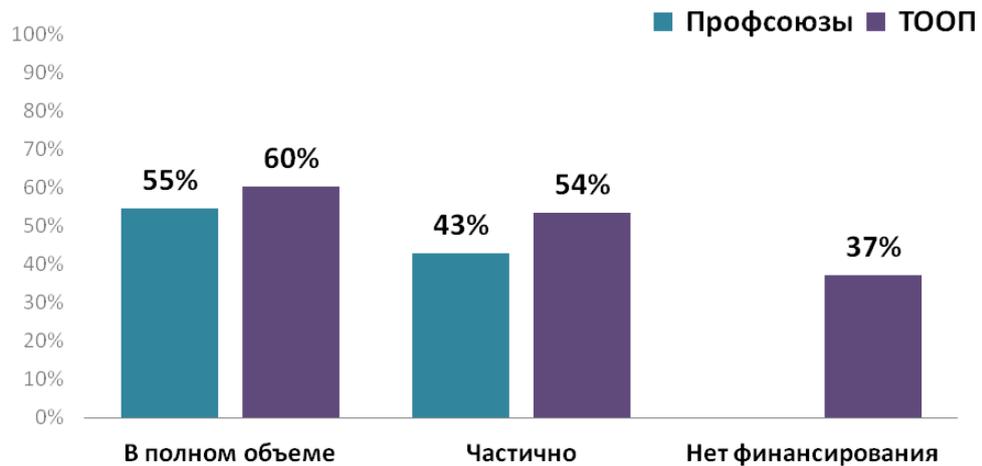
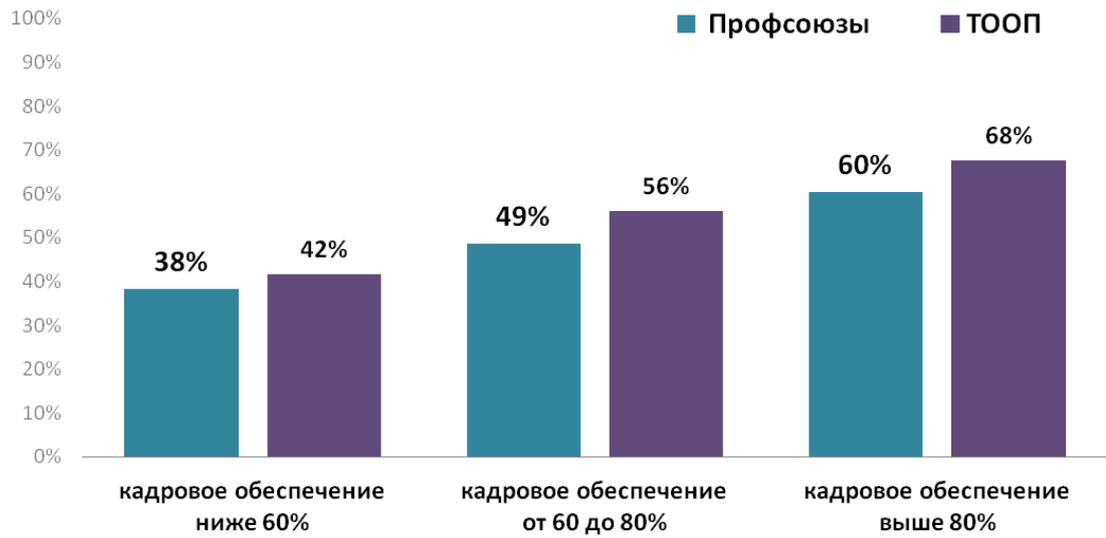


Рис. 100. Уровень информационной работы в зависимости от финансирования.

Уровень финансирования однозначно влияет на уровень информационной работы. Зачастую это сказывается в том числе на внешнем виде сайта или, например, на уровне образования, количестве сотрудников, которые занимаются информационной работой.

Однако будет неверным утверждать, что без финансирования ТООП или ЦК не сможет вести информационную работу. В ходе исследования выявлены ряд организаций с численностью менее 100 тыс. членов профсоюзов, заявивших в самообследовании о неполном финансировании, но имеющих высокое значение общего уровня информработы. С учетом достаточно большого числа ТООП, принимающих участие в исследовании, можно сделать вывод – факт финансирования для ТООП значение имеет, а вот объем этого финансирования – имеет значение, но не определяющее, и если стоит задача улучшить информработу в ТООП, то за счет увеличения финансирования без иных изменений в данном направлении работы задача решена не будет.

Чтобы оценить уровень информработы в зависимости от кадрового обеспечения этого направления и при этом исключить рекурсию при расчете индекса информработы, показатели кадровой работы были исключены из общего уровня информработы. *Полученные данные демонстрируют однозначное и достаточно сильное влияние кадрового потенциала на информработу, как у ТООП, так и у профсоюзов.*



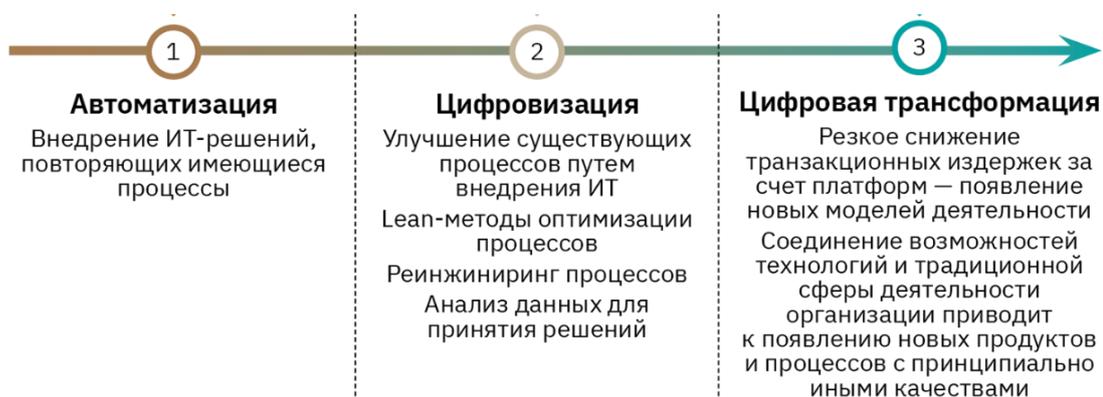
*Рис. 101. Общий уровень информработы в зависимости от кадрового обеспечения.*

## Оценка цифровой зрелости членских организаций ФНПР

Согласно разработанной Методике оценки информационной работы и цифровой зрелости профсоюзной организации существует три этапа внедрения цифровых инструментов: автоматизация, цифровизация и цифровая трансформация.

Переходу организации на конкретный этап должен соответствовать уровень подготовки этой организации – цифровая зрелость. Внедрение элементов цифровизации в работу профсоюзной организации невозможно провести без оценки стартового состояния. Именно оценка цифровой зрелости показывает возможность, уровень и готовность организации к конкретному этапу цифровой трансформации. Этапы выстроены последовательно и не предполагают перехода на вышестоящий без прохождения предыдущего.

Для перехода с одного уровня на другой все показатели у организации должны достичь необходимого минимального значения: 1 – организация готова к внедрению автоматизации, 2 – готовность к внедрению цифровизации, 3 – готовность к внедрению цифровой трансформации.



В соответствии с Методикой:

- **автоматизация** – заменяет действия людей, направленные на сбор и обработку данных, работой системы. При этом сам результат и качество процесса остаются неизменными. Меняется только количество человеческих усилий;

- **цифровизация** – изменяет модель управления процессом через работу с данными. С помощью цифровизации можно влиять как на качество, так и на стоимость результата процесса (не только за счет сокращения количества людей). Сам результат (продукт на выходе) при этом остается неизменным;

- **цифровая трансформация** – изменяет сам процесс для получения альтернативного результата. Привнесение в работу профсоюзов принципиально новых моделей.

Анализ цифровой зрелости членских организаций ФНПР был проведен исключительно на основе данных, предоставленных самими организациями,

посредством внутреннего аудита. Поэтому достоверность данных исследования прямо пропорциональна объективности самоанализа организаций, принимавших в нем участие. В случае завышения показателей организация может получить необъективную оценку, что может повлечь за собой ошибки при внедрении последующих инструментов. Переход от уровня к уровню возможен только, если все показатели достигли порогового значения. Если какой-то показатель - на низком уровне, то переход на следующий этап внедрения цифровых инструментов не даст эффекта. В этом случае ресурсы и средства будут потрачены зря.

Рисунок описывает общий уровень цифровой зрелости членских организаций ФНПР по семи показателям согласно Методике оценки.

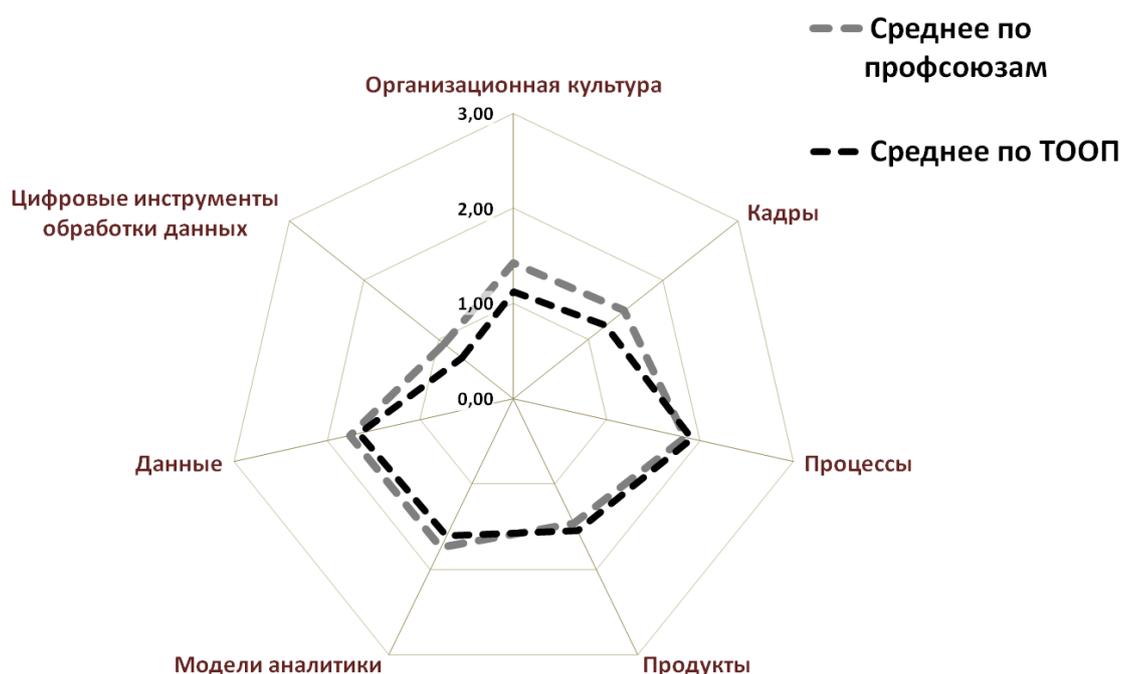


Рис. 102. Уровень цифровой зрелости членских организаций ФНПР.

Согласно рисунку, показатель «Процессы» (применение практик процессного управления: методы оптимизации процессов, анализ, дизайн-мышление, мониторинг, постоянное обновление процессов) показывает, что уровень планирования, выстраивания внутренней работы в профсоюзах и ТООП достаточно высокий и позволяет переходить к этапу цифровизации. Согласно полученным данным на сегодняшний день внутри профсоюзной структуры достаточно выстроен процесс постановки задач, планирование работы, коммуникации между подразделениями аппаратов организаций. Тот факт, что показатель на одном уровне у ТООП и профсоюзов, говорит в пользу синхронности со стороны обеих категорий организаций в понимании данного термина, однако стоит отметить, что оцифровка процессов неразрывно связана с внедрением цифровых инструментов. Данные исследования демонстрируют большой разрыв между этими показателями (с

шагом почти в единицу). По совокупности остальных данных, полученных в рамках исследования, можно предположить завышение со стороны членских организаций ФНПР ответов о внедрении процессов. Такая ошибка может быть критичной при дальнейшем развитии цифровизации в данных организациях, так как развитие любого из направлений может быть только поступательным, перепрыгнуть из состояния «хаоса поручений» в состояние «структуры сами слажено взаимодействуют без ручного управления со стороны руководства» не удастся.

Показатель **«Кадры»**. Уровень подготовки кадров, принцип формирования штатов, использование сотрудниками прикладного программного обеспечения, техническое сопровождение сотрудников у профсоюзов находится на более высоком уровне, чем у ТООП. Этот показатель означает, что у ТООП в среднем обязанности сотрудников определены в должностных инструкциях в общих формулировках, соответствуют направлению работы, но не всегда соответствуют уровню образования и квалификации сотрудников. По уровню владения новыми технологиями все сотрудники прошли базовую подготовку по используемым компьютерным программам, но достаточно давно проходили (или вообще нет) переподготовку по владению этими программными продуктами.

Показатель **«Организационная культура»** находится на уровне показателя «Кадры». Он показывает, как выстроена в целом система передачи заданий от руководителя к исполнителю, отчетов по исполнению поручений и как оценивается результат. Этот параметр относится и к штатным сотрудникам, и сотрудникам нижестоящих организаций – теркомов. Диаграмма показывает разрыв в показателе также не в пользу ТООП. Причиной этого является особенность профсоюзной структуры, когда для профсоюзов территориальные организации являются их региональными структурными подразделениями. И к решениям вышестоящих организаций по структуре профсоюзов они относятся более внимательно. На уровне территориальных профобъединений есть проблемы с исполнительской дисциплиной. Положение ТООП в начале процесса автоматизации по данному показателю свидетельствует об отсутствии автоматического контроля исполнения и оценки результата выполнения поручений. В то же время это может быть обусловлено принципом взаимодействия ТООП со своими членскими организациями, который строится на основе структурной взаимозависимости в целях эффективности работы профсоюзных организаций региона.

Показатель **«Модель аналитики»** определяет, какие используются методы при принятии стратегических решений выборных органов. Диаграмма показывает, что профсоюзы и ТООП на сегодняшний день научились использовать метод диагностической аналитики. При оценке итогов работы анализируются причины возникновения тех или иных данных, используются специальные методы уточнения (социология, экспертное интервью и т.п.). Однако на основании полученных данных и анализов

модели будущих состояний системы не строятся. Профсоюзные организации сегодня, когда анализируют данные, научились отвечать на вопрос, почему это произошло. Но пока не научились строить прогнозные модели, что будет происходить. В качестве примера, в профсоюзных структурах отсутствует модель прогнозирования падения или роста профсоюзного членства, что является определяющим фактором существования профсоюзного движения в стране.

Показатель «**Данные**» демонстрирует, как организован процесс работы с данными в организации: их получение, обработка и контроль качества. Работа с данными в профсоюзах и ТООП синхронно приближается ко второму уровню. Это означает, что данные собираются сотрудниками вручную с использованием внешних и сторонних баз данных, редко обновляются, зачастую уже в процессе работы. В то же время не созданы базы данных, к которым могут получать доступ заинтересованные сотрудники, отсутствует специализированная система, чтобы часть данных загружалась из внешних источников автоматически. Пример: загрузка новостей членских организаций на сайт ФНПР через RSS–ленту – есть база новостей сайта ФНПР, которая пополняется автоматически. Профсоюзным организациям на данном этапе необходимо автоматизировать процесс сбора данных из внешних и внутренних источников, что позволит обновлять их регулярно и автоматически.

Показатель «**Продукты**» относится к выпускаемым документам, реализованным мероприятиям и созданию новых сервисов для членов профсоюзов. Исследования показывают, что на сегодняшний день, как правило, это происходит больше по инициативе вышестоящих организаций или профсоюзных руководителей. В профсоюзной среде недостаточно инициативы со стороны среднего звена. Причем, как со стороны аппаратных работников, так и со стороны нижестоящих организаций. Этот показатель находится на уровне показателя «**Организационной культуры**» и непосредственно связан с ним, где исполнители не всегда понимают, что от них хотят «сверху», и при этом не очень активно иницируют создание чего-то нового «снизу». В том числе и цифровых продуктов для автоматизации процессов, и повышения эффективности своей работы.

Уровень параметра «**Цифровые инструменты обработки данных**» наглядно показывает, что цифровые сервисы профсоюзными организациями практически не используются. Имеют место быть внутренние цифровые сервисы - хранилища данных, которые зачастую в необработанном формате, и системы поиска по ним. Не внедрены цифровые инструменты обработки данных. Мы находимся на уровне хранения данных максимум в локальной сети отдельной организации, нет сквозного прохождения данных между организациями вообще. Таким образом, уровень внедрения цифровых инструментов обработки данных - самое слабое звено цифровой зрелости на сегодняшний день. Это является прямым следствием невысокой организационной культуры и низкого уровня кадрового обеспечения.

По полученным данным, большая часть ТООП и профсоюзов находится сейчас на этапе автоматизации. Это означает, что на сегодняшний день в среднем сбор и обработка данных уже проводится при помощи неких систем (как минимум – электронной почты), внедрение которых не завершено, отстраивается технология электронной коммуникации, в аналитике мы по-прежнему опираемся на сбор статистических данных, в лучшем случае описанных в сравнении с данными за предыдущие периоды, у большинства сотрудников должностные обязанности описаны не чётко, а обучение по программным продуктам не проводится, контроль поручений не автоматизирован, деятельность направлений не синхронизирована и система не готова к эффективному решению «междисциплинарных» задач, новые продукты создаются только по поручениям. При этом совпадение схем, пусть даже на уровне автоматизации, у ТООП и профсоюзов означает некоторую синхронность процесса цифровой зрелости в рамках профсоюзной структуры. Это очень важно, так как внедрение любых инструментов должно происходить сквозным образом. Одинаковый уровень внедрения инструментов членскими организациями позволяет говорить не только о похожем наборе проблем на сегодняшний день, но и о перспективах достаточно гладкого цифрового развития профсоюзных организаций.

О цифровой трансформации у профсоюзов на данный момент говорить не приходится, так как сегодня необходимо понять, какие показатели стоит подтянуть, чтобы завершить процесс автоматизации и перейти к цифровизации.

Для построения рекомендаций в рамках исследования был проведен подробный анализ влияния на уровень цифровой зрелости трех факторов – размера членской базы организаций, наличие финансирования, выделяемого в целом на информационную работу и кадрового потенциала. Данные по первому фактору взяты из статистической отчетности ФНПР, утвержденной в 2022 году, по второму и третьему факторам – из данных самообследования членских организаций ФНПР о состоянии информационной работы, проведенного ими с ноября 2022г. по январь 2023 г.

Исходя из задач исследования была проведена **дифференциация уровня цифровой зрелости членских организаций ФНПР** по численности их членов. Были выделены организации численностью свыше 400 тысяч членов профсоюзов, от 300 до 400 тысяч, от 100 до 300 тысяч и менее 100 тысяч.

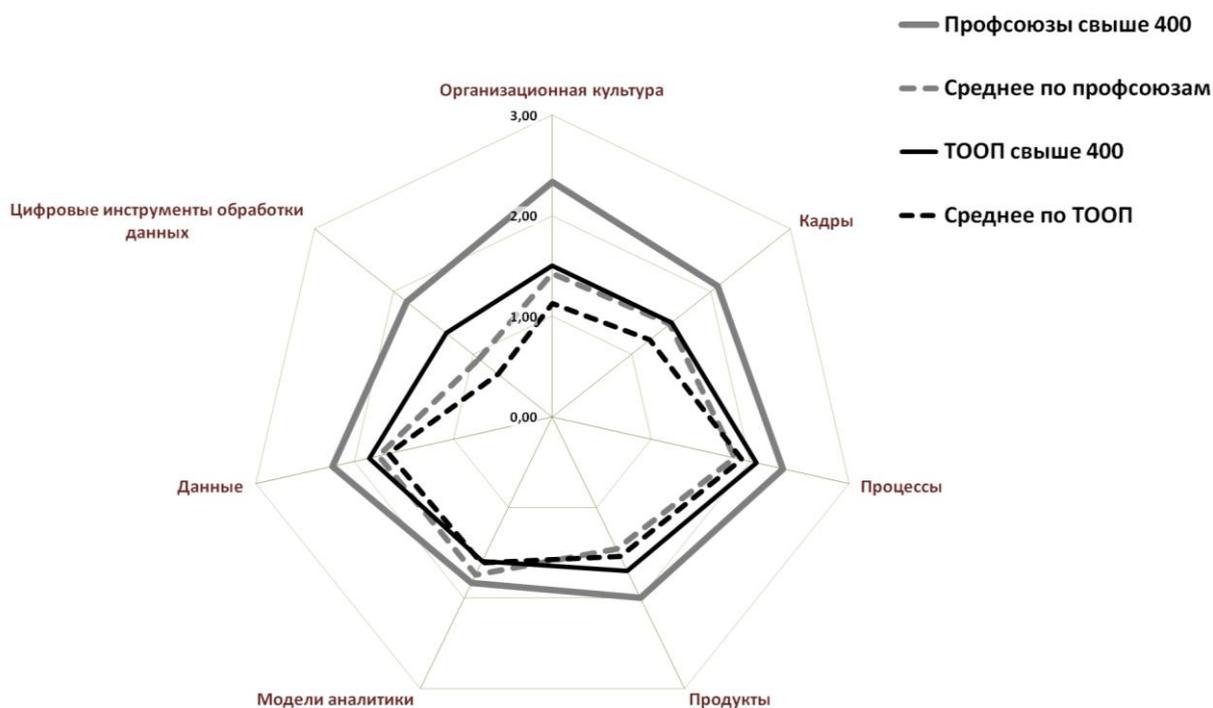


Рис. 103. Уровень цифровой зрелости организаций численностью свыше 400 тыс. ч.

Рисунок подтверждает тезис о том, что крупные по численности организации в силу базы профсоюзного членства обладают большими ресурсами. По уровню цифровой зрелости эти организации находятся на уровне выше средних значений. При этом именно профсоюзы здесь значительно вырываются вперед, по сравнению с ТООП. Можно сказать, что профсоюзы численностью свыше 400 тысяч прошли стадию автоматизации и находятся на стадии цифровизации, в то время как ТООП с подобной численностью только подошли к готовности начать цифровизацию. Примечательным выглядит уровень организационной культуры профсоюзов.

*Целесообразно подробно изучить опыт этих организаций по внедрению систем постановки и контроля поручений в аппаратах и в отношении их структурных подразделений и предложить в качестве инструкций по организационному укреплению для профсоюзов с меньшей численностью.*

Можно констатировать, что профсоюзам численностью свыше 400 тыс.членов профсоюзов нужно подтянуть показатели «Цифровые инструменты обработки данных» и «Модели аналитики». Для этих профсоюзов данные показатели остались на переходном уровне от автоматизации к цифровизации, что будет существенно тормозить процессы цифровизации в этих организациях. В части моделей аналитики им пора переходить от описания констатации фактов событий («Что произошло») к диагностической аналитике («Почему это произошло»), используя не только статистические данные, но и методы уточнения (социология, экспертное интервью и тп). В части цифровых сервисов необходимо завершить внедрение инструментария упорядоченного хранения данных и поиска по ним.

Для ТООП этой численной категории пока всё же рано говорить о цифровизации, необходимо устойчиво внедрить автоматизацию по всем направлениям.

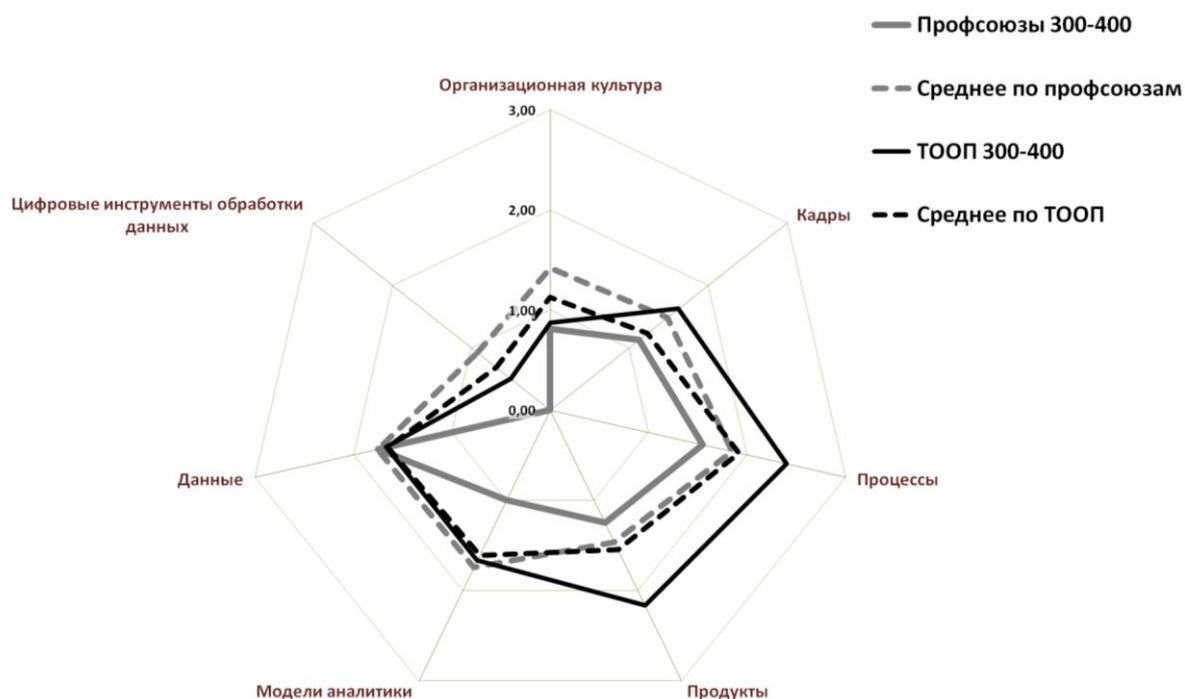


Рис. 104. Уровень цифровой зрелости организаций численностью 300-400 тыс. ч.

У организаций численностью от 300 до 400 тысяч членов профсоюзов самое непропорциональное распределение значений по всем показателям.

У профсоюзов данной категории на нулевом уровне находится показатель по цифровым инструментам обработки данных, что означает их практическое отсутствие. Эти организации не имеют электронных баз данных (в массе своей им присущ бумажный документооборот, нет электронных списков членов профсоюзов – только бумажные картотеки в ППО), они не накапливают и не обрабатывают информацию в электронном виде в глобальном смысле данного понятия. Второй проблемой данных организаций является отсутствие или низкий уровень использования аналитики при принятии решений (в лучшем случае – это описание событий, без изучения причин их наступления). Третья проблема – низкая оргкультура – логично вытекает из первых двух: без цифровой коммуникации и анализа данных со стороны вышестоящих структур, нижестоящие сотрудники и организации будут демонстрировать непонимание общих задач и низкую исполнительскую дисциплину. Значительно ниже показатели у данных профсоюзов и по кадрам – в этих организациях больше «универсальных солдат», отвечающих сразу и за всё, при этом должностные сформулированы в самом общем виде, а обучение не проводится.

У ТООП имеются те же проблемы, что у профсоюзов этой категории по тематике оргкультуры, однако, с учетом более высокого показателя по использованию цифровых инструментов можно полагать, что причина тут именно в исполнительской дисциплине теркомов по отношению к ТООП (особенности текущего состояния системы ФНПР). Показатели «Продукты» и «Процессы» с учетом показателей оргкультуры и инструментов выглядят искусственно завышенными.

Дисбаланс диаграммы по членским организациям этой категории можно объяснить тем, что эти организации, когда-то начав настраивать систему процессного управления и автоматизации выпускаемых продуктов, перестали со временем это развивать и обновлять. Об этом свидетельствуют низкие значения показателей «Кадры» и «Организационная культура» - сотрудники (организации) стали выполнять плановые задачи в режиме инерции. Именно поэтому показатель цифровых инструментов находится на нуле. *Причина такого положения у профсоюзов – в отказе признания существующих проблем в структуре и управлении по причине достаточно большой членской базы.*

*Причина дисбаланса ТООП может быть описана следующим тезисом – это достаточно крупные организации, направившие свои ресурсы на развитие процессов и продуктов без предварительной работы с оргкультурой и не завершившие предыдущий этап внедрения инструментов.* Для дальнейшего развития этим организациям нужно сейчас приложить максимум усилий к отлаживанию оргкультуры и внедрению инструментария, не забывая о моделях аналитики и кадрах.

Рис. 105 — это цифровая зрелость организаций численностью от 100 до 300 тысяч. Их цифровой портрет максимально усреднен и синхронен по отношению друг к другу. Единственным примечательным фактом тут является наличие высоких относительно показателей других организаций значений у профсоюзов в области использования аналитики. *Целесообразно запросить, изучить и обобщить опыт таких профсоюзов в части работы с аналитическими моделями.*

Одновременно с этим, профсоюзам данной категории стоит обратить внимание на низкий уровень «продуктов». При том, что остальные показатели позволяют им двигаться в направлении автоматизации продуктов, профсоюзы этой численной категории тормозят этот процесс.

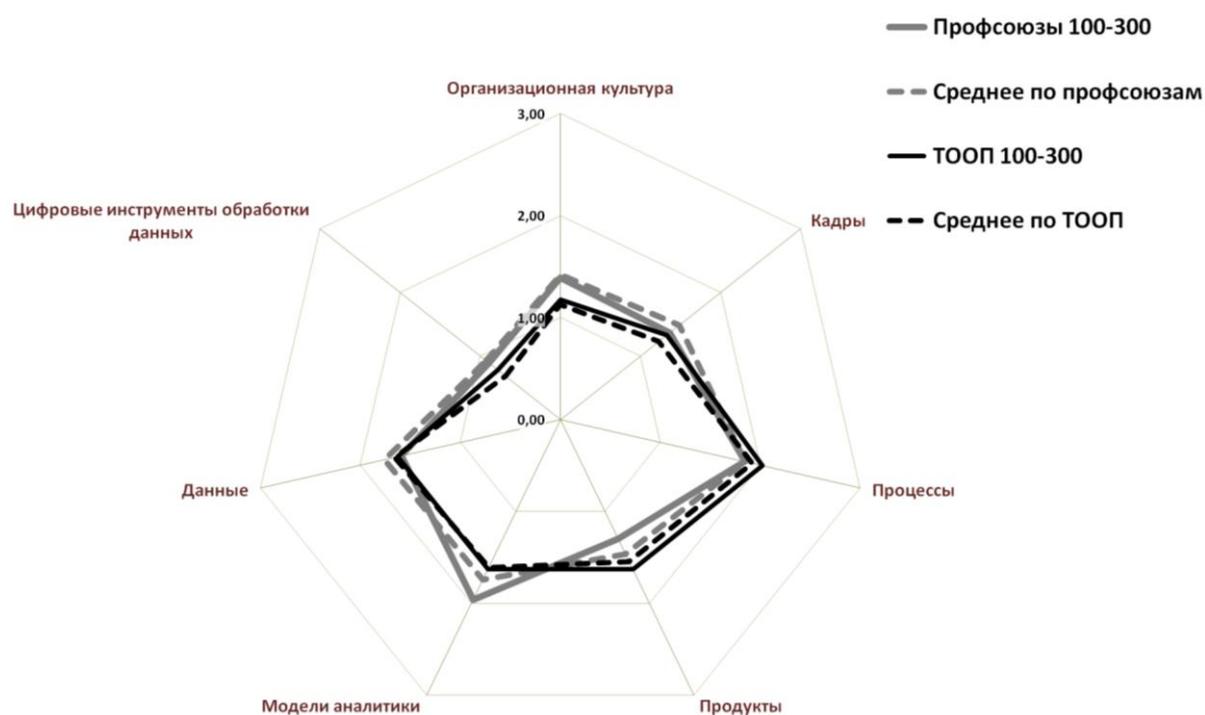


Рис. 105. Уровень цифровой зрелости организаций численностью 100-300 тыс. ч.

На рисунке представлена цифровая зрелость организаций численностью менее 100 тыс. членов профсоюзов. Их профиль практически равномерно и незначительно отстает от показателей организаций от 100 до 300 тысяч, что дает основание полагать – если эти организации будут делать те же действия, что и более крупные организации, результат (рост) будет тем же.

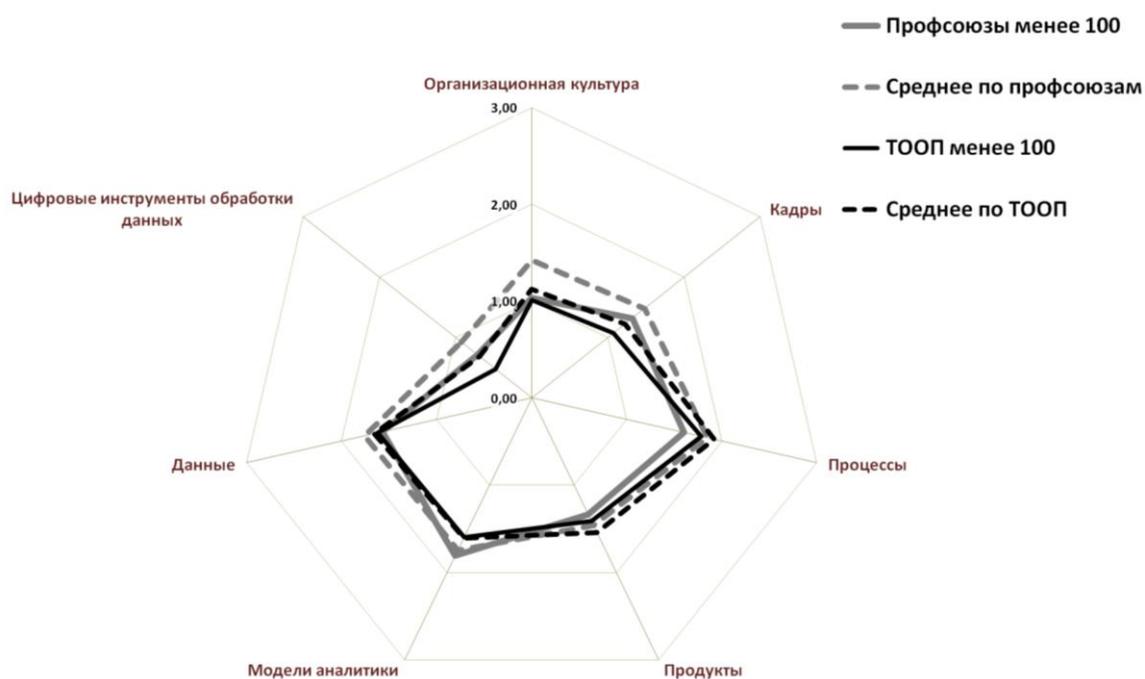


Рис. 106. Уровень цифровой зрелости организаций численностью менее 100 тыс. ч.

В явном виде отличия есть только у ТООП – западают цифровые инструменты (что логично с учетом ограниченной финансовой базы таких организаций даже по сравнению с аналогичными по численности профсоюзами) и кадры.

Достаточно значимой частью исследования стало сопоставление общего финансирования на информационную работу и уровня цифровой зрелости. К сожалению, опыт интервью с руководителями членских организаций ФНПР и штатными специалистами, отвечающими за информационную работу, показывает, что даже на уровне членских организаций ФНПР цифровизация до сих пор рассматривается не как комплекс мер по направлениям, описанным в модели, а как отдельные самостоятельные мероприятия по каждому из направлений. Соответственно, финансирование не централизованное и не комплексное. При этом большая часть финансирования идет именно через информационную работу в части оплаты инструментария и, в лучшем случае, обучения актива работы с этим инструментарием. **В рамках исследования выдвинут тезис о существующем влиянии на цифровизацию как общего уровня информационной работы, так и финансирования информационной работы.**

Для начала рассмотрим влияние финансирования. Согласно Методике, при самообследовании по информационной работе организации оценивали данный параметр как соответствующий нормативу в 5% от профбюджета, недофинансируемый или не финансируемый вовсе.

На рисунке приведен анализ уровня цифровой зрелости членских организаций ФНПР, которые финансируют информационную работу на уровне норматива.

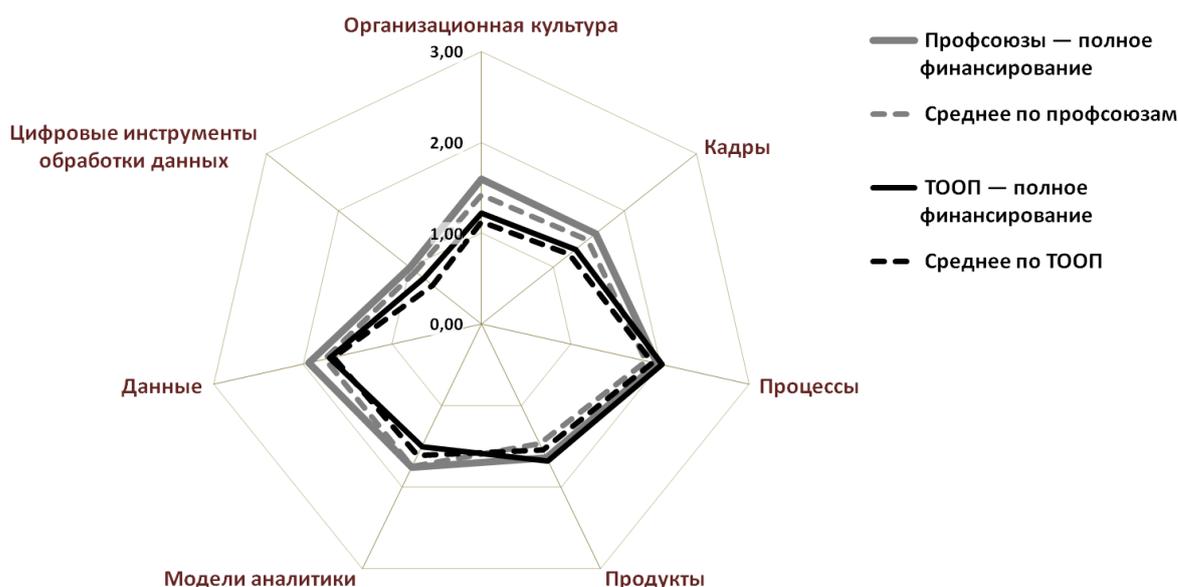


Рис. 107. Уровень цифровой зрелости в организациях, финансирующих информработу в полном объеме.

У данных организаций мы видим все показатели выше среднего значения, что говорит о корреляции полного финансирования информационной работы с общей цифровой зрелостью. При этом можно судить, как общее финансирование влияет на рост показателей цифровизации. **Ожидается это положительно сказывается на внедрении инструментов как у ТООП, так и у профсоюзов, не влияет на работу по аналитике, позитивно влияет на организационную культуру и кадры.** Косвенное подтверждение этому мы видим в отсутствии свежих аналитических материалов на сайтах ТООП и профсоюзов, причем даже у тех организаций, которые в 2022 году провели обновление сайтов.

А вот даже частичное недофинансирование сразу сказывается на падение уровня использования инструментария, однако позволяет немного поднять уровень кадров и организационной культуры. Одновременно с этим начинает проседать автоматизация создания цифровых продуктов.

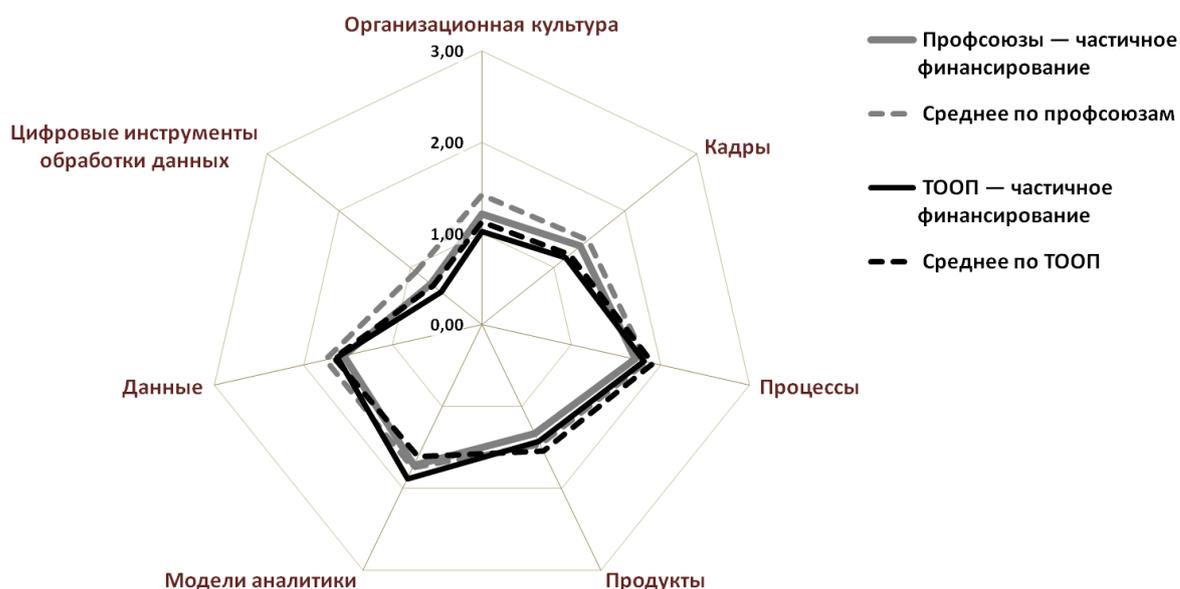


Рис. 108. Уровень цифровой зрелости в организациях, финансирующих информработу частично.

Отсутствие финансирования показательно по отношению к ТООП: уровень цифровой зрелости таких организаций резко падает от средних значений. Это можно трактовать следующим образом с учетом ранее полученных в рамках исследования выводов: **если информационную работу вести без финансирования, на основе имеющихся ресурсов, то это не продвинет организации даже на пути к автоматизации текущей деятельности.** Влияние отсутствия финансирования оценить оказалось невозможно, так как все профсоюзы заявили о наличии финансирования.

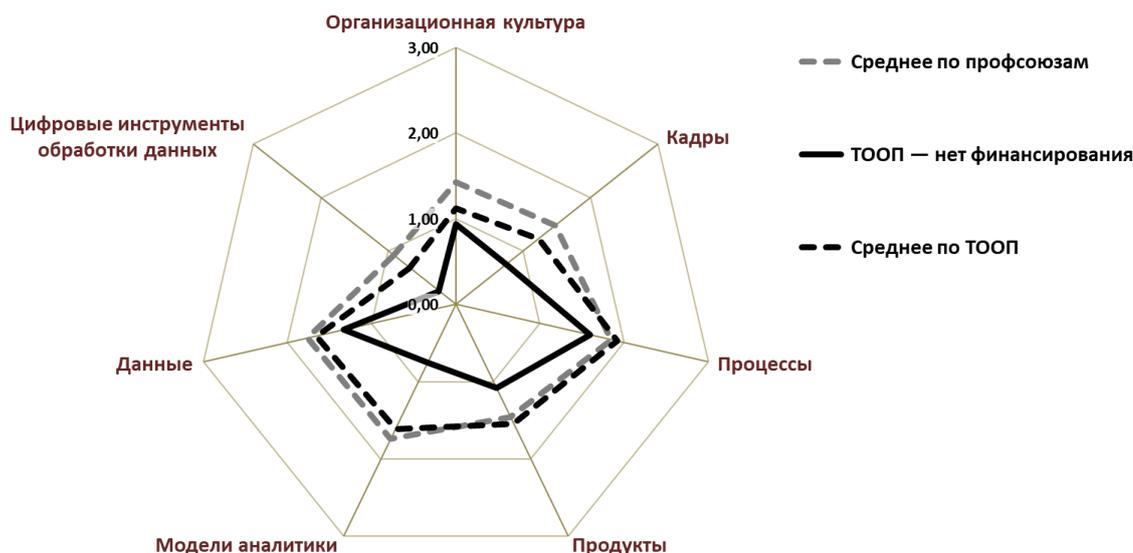


Рис. 109. Уровень цифровой зрелости в ТООП, не финансирующих информработу.

В исследовании отдельно было оценено соотношение показателей цифровой зрелости членских организаций по кадровому обеспечению информационной работы, данные которого взяты из самооценки организаций по вопросам информационной работы (рис.9, 10 и 11). Ранее был рассчитан общий индекс кадрового обеспечения, в который вошли показатели наличия информационной структуры в организации, уровень подготовки кадров, которые заняты в этой организации в соответствии с концепцией ФНПР, то есть их базовая подготовка, регулярность повышения квалификации, переподготовки. Также вошли показатели использования профсоюзных активистов, причем, как отдельно молодежи, так и старше 35 лет, привлечение их к информационной работе в целом. Это штатные работники аппаратов членских организаций, профсоюзные активисты и волонтеры. Был выведен общий индекс в процентном соотношении от максимально возможного уровня, когда все обучены, интенсивно привлекаются волонтеры и так далее. Организации были разбиты по уровню кадрового обеспечения, от 20 до 60%, от 60 до 80%, от 80 до 100%.

Рисунок «Уровень цифровой зрелости в организациях с учетом кадрового обеспечения от 20 до 60%» показывает, что слабое кадровое обеспечение держит графики по всем показателям цифровой зрелости ниже среднего значения и у профсоюзов, и у ТООП, однако у ТООП это влияние сильнее. При этом слабое кадровое обеспечение сильно влияет и занижает показатель цифровых инструментов. Учитывая вышеописанное в исследовании финансирование, мы ярко видим, что внедрить цифровые инструменты исключительно усилением финансирования данного направления невозможно!

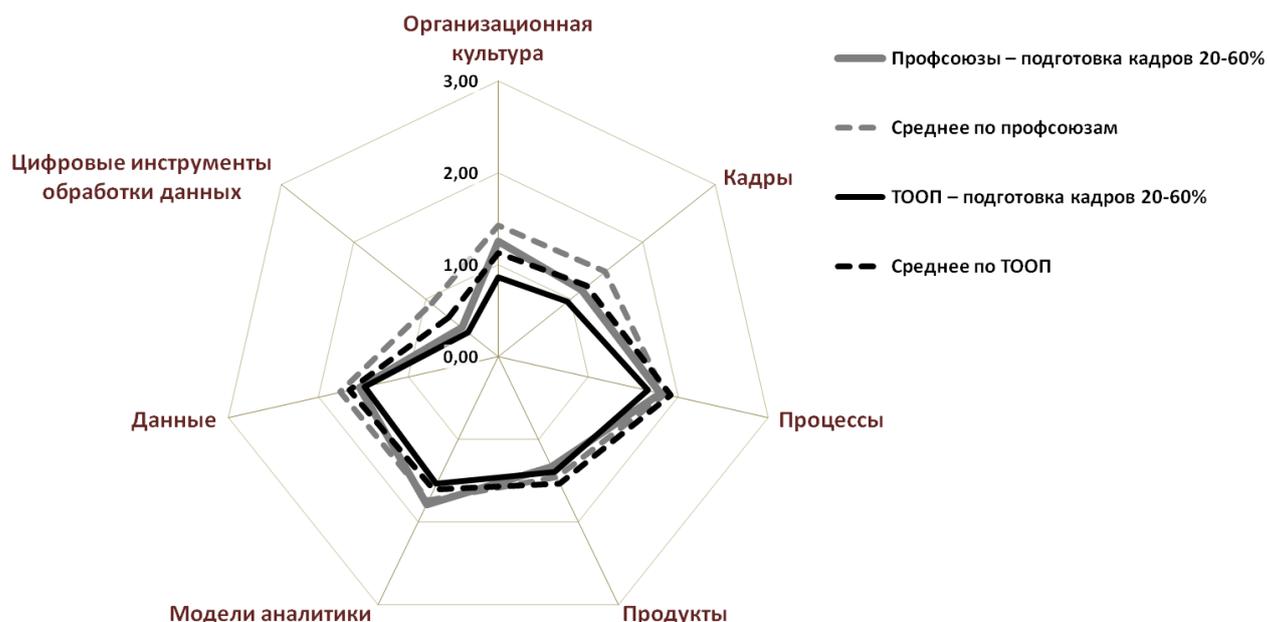


Рис. 110. Уровень цифровой зрелости в организациях с учетом кадрового обеспечения (от 20 до 60%).

Рисунок «Уровень цифровой зрелости в организациях с учетом кадрового обеспечения от 60 до 80%» демонстрирует, что как только организации начинают уделять внимание кадровому обеспечению информационной работы, это равномерно подтягивает вверх общий уровень цифровой зрелости организации.

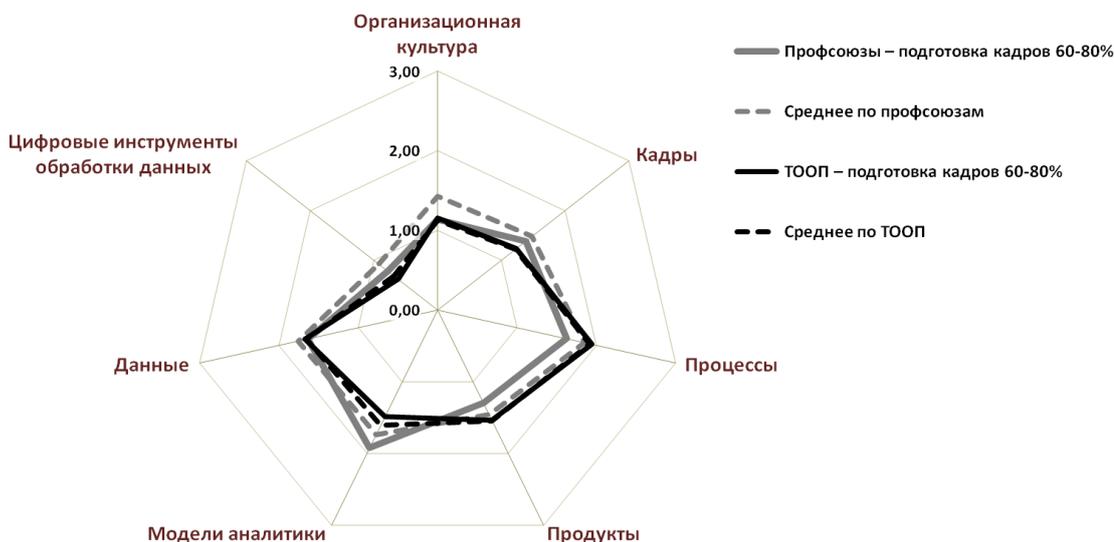


Рис. 111. Уровень цифровой зрелости в организациях с учетом кадрового обеспечения (от 60 до 80%).

Как только уровень кадрового обеспечения информационной работы шагает хотя бы за половину нормативных значений, в профсоюзах растет

уровень использования аналитики, что говорит о **необходимости соответствия минимально 60% кадров требуемому уровню квалификации для начала роста аналитики в организации**. При этом половинной подготовки штатных специалистов, наполовину укомплектованного штата, наполовину обученных активистов недостаточно, чтобы делать прорывы по организационной культуре, и вытягивать цифровые инструменты на значения выше среднего.

Если у профсоюзов «дотягивание» до уровня кадрового потенциала выше среднего (60-80%) дает им прорыв в аналитике, то ТООП это дает улучшение по процессам (работа над задачами, распределение обязанностей, планирование работы, коммуникация подразделений, информирование между подразделениями). Значит, чтобы ТООП улучшить процессы, нужно хотя бы начать обучать кадры.

Рисунок «Уровень цифровой зрелости в организациях с учетом кадрового обеспечения от 80 до 100%» показывает уровень цифровой зрелости организаций, где работе с кадрами, участвующими в информработе, уделяется по-настоящему значимое внимание

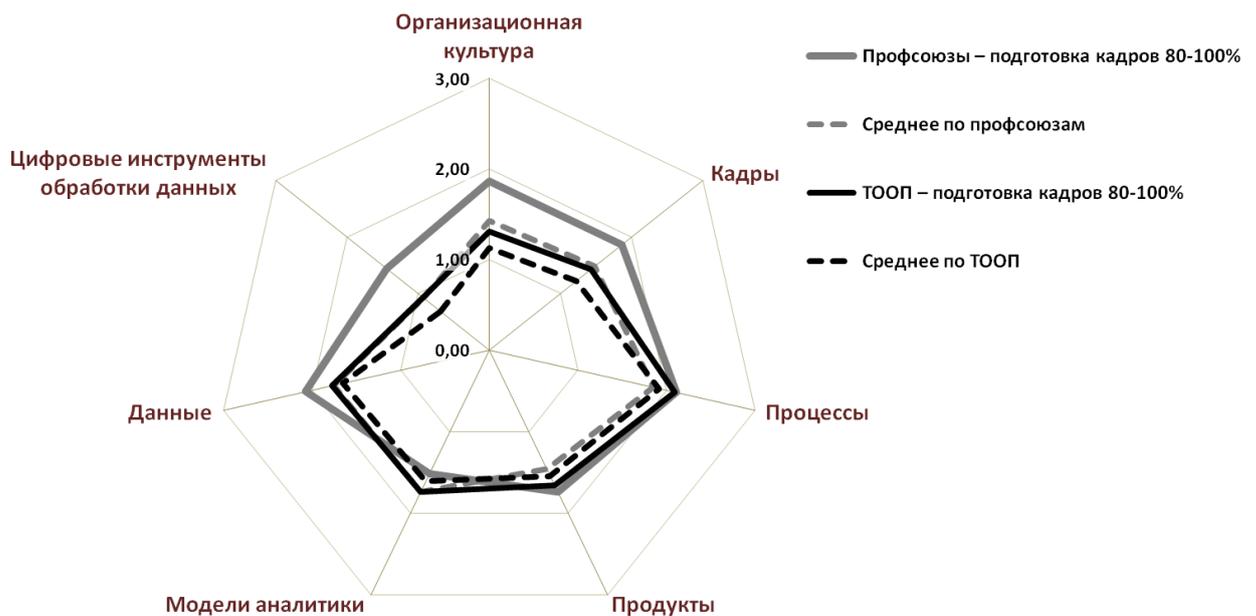


Рис. 112. Уровень цифровой зрелости в организациях с учетом кадрового обеспечения (от 80 до 100%).

Во-первых, рост кадровых показателей в цифровизации при росте кадрового потенциала подтверждает выдвинутый тезис о том, что и в ТООП, и в профсоюзах сегодня этими вопросами занимаются одни и те же люди. Речь идет о высококвалифицированных кадрах на рабочих местах. Во-вторых, **интенсивное вовлечение профактива в информработу и качественное обучение штатного персонала по направлениям информработы позволяет профсоюзам сделать прорыв в**

*организационной культуре, в цифровых инструментах и работе с данными.* Остальные показатели становятся выше среднего значения.

### **Выводы по оценке цифровой зрелости профсоюзных организаций**

Крупные профсоюзы (а именно на их суммарную долю приходится значимый объем профчленства в целом) серьезно продвинулись в сторону цифровизации, однако значительно более низкий средний уровень цифровой зрелости ТООП будет существенно тормозить процесс цифровизации профдвижения в целом.

Для уменьшения данного разрыва целесообразно на уровне ФНПР – подробно изучить опыт ТООП с численностью свыше 400 тыс. членов профсоюзов на предмет успешных практик, приведших к росту их показателей по организационной культуре и применению цифровых инструментов, распространить этот опыт на ТООП с меньшей численностью, совместно с крупными профсоюзами оказать им методическую поддержку по комплексному развитию цифровизации.

Для одновременного поднятия параметров «кадры» и «инструменты» можно рекомендовать подход: обратить внимание на бесплатное программное обеспечение и пересмотреть нематериальную систему мотивации персонала: гибкие графики, «удаленка», укороченные рабочие дни при полном выполнении функционала, что требует четкого описания трудовых функций. Одновременно с переходом на такие формы работы персонала потребуется как раз внедрение цифрового инструментария, самостоятельное и быстрое освоение которого будет необходимым условием перехода сотрудника, например, на «удаленку», высокая мотивация которого, в свою очередь, позволит сэкономить деньги на внедрение таких инструментов в работу аппаратов. Кроме того, обратить внимание на различные бесплатные обучения по направлению цифровизации, но предоставляя для этого сотрудникам время на освоение материала, а также продумывая систему мотивации внедрения новых знаний в работу.

При анализе общего влияния финансов было выявлено, что наличие финансирования информационной работы в целом не влияет на уровень использования аналитики при принятии решений. Необходима лишь организация рабочего процесса. На организационную культуру финансирование влияет опосредованно через рост кадрового потенциала и внедрение инструментария, которые способствуют росту оргкультуры.

Отсутствие же финансирования прямо негативно сказывается на внедрении цифровых инструментов, кадровом обеспечении и, соответственно, на наличии аналитических процессов в организации. При этом уровень организационной культуры не сильно страдает от отсутствия финансирования, так как это вопрос организации структурного рабочего

процесса, организованности работы. Уровень организационной культуры в глобальном смысле сильно влияет на улучшение процессов и создание качественных профсоюзных продуктов (принимаемые документы, создаваемые сервисы для членов профсоюзов). Высокий уровень организационной культуры ведет к четкому пониманию целей и задач рабочего процесса и необходимых для него инструментов. Соответственно, если у организации нет финансов на продукты, то улучшить их можно только через рост организационной культуры.

Исследование показало, что высокий уровень кадрового потенциала информработы характеризуется не только обученностью кадров, но и наличием в аппаратах сформированной информационной структуры, не предполагающей совместительство с иными направлениями работы. Согласно Методике, переход от автоматизации к цифровизации характеризуется обязательным наличием в организации подразделения IT-решений (сотрудники занимаются аналитикой потребностей организации и внедрением /разработкой удовлетворяющих их решений). Два этих факта дают основание для вывода: в штате организаций, стремящихся перейти к цифровизации, необходим полноценный штатный сотрудник, занимающийся только цифровизацией, имеющий профильное образование или прошедший качественную переподготовку по этому направлению – системный аналитик.

# Методика оценки информационной работы и цифровой зрелости профсоюзной организации

*Утверждена  
Постоянной комиссией Генерального Совета ФНПР  
по информационной политике 7 сентября 2022 года*

Москва, 2022 г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>Введение.....</b>	<b>90</b>
<b>1.Информационное обеспечение и взаимодействие.....</b>	<b>91</b>
<b>2.Информационные ресурсы .....</b>	<b>94</b>
<b>2.1 Печатные издания .....</b>	<b>94</b>
<b>2.2. Сайты.....</b>	<b>98</b>
<b>2.3. Социальные сети.....</b>	<b>103</b>
<b>3. Информационная структура и ее кадровое обеспечение .....</b>	<b>107</b>
<b>4. Цифровая зрелость. Методика оценки цифровой зрелости профсоюзной организации .....</b>	<b>109</b>
<b>Комментарий Департамента Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения.....</b>	<b>118</b>

## Введение

Методика оценки информационной работы и цифровой зрелости профсоюзной организации разработана для всесторонней и объективной оценки состояния информационных ресурсов ФНПР на всех уровнях профсоюзной структуры.

Методика основывается на решениях выборных органов ФНПР, в том числе Концепции информационной политики ФНПР (Приложение № 1 к постановлению Генерального Совета ФНПР от 24.11.2021 № 10-5), а также рекомендациях, одобренных Постоянной комиссией Генерального Совета ФНПР по информационной политике (19 апреля 2022 г.).

В рамках данной методики оценке подлежат следующие элементы информационной работы профсоюзов.

- 1. Информационное обеспечение и взаимодействие.**
- 2. Информационные ресурсы организации.**
- 3. Информационная структура и ее кадровое обеспечение.**
- 4. Цифровая зрелость.**

Оценка проводится в виде мониторинга:  
членскими организациями ФНПР – в отношении профсоюзных организаций, входящих в их структуру;  
ФНПР – в отношении её членских организаций.

Результаты оценки подлежат обязательному рассмотрению и утверждению на заседаниях коллегиальных выборных органов вышестоящих профсоюзных организаций, а в отношении членских организаций ФНПР – Исполкомом ФНПР.

## 1. Информационное обеспечение и взаимодействие

*Информационное обеспечение* – система методов, средств и концепций по распространению в средствах массовой информации, социальных сетях и по иным каналам связи информации о работе профсоюзов и профсоюзных объединений, инициативах ФНПР и ее членских организаций по решению задач в социально-трудовой сфере; взаимодействию с иными институтами общества и государства, оказывающими влияние на формирование общественного мнения.

*Информационное взаимодействие профсоюзных организаций* – системная организация подготовки информационных материалов и регулярного обмена ими на всех уровнях – от первичной профсоюзной организации до ФНПР.

В рамках данной методики оценка состояния информационного обеспечения проводится на основании самостоятельного заполнения анкеты представителем обследуемой организации.

Параметр	Оценка
<b>Документы</b>	
Наличие собственных системных документов по информационной работе <sup>16</sup>	1 – есть, актуализировано; 0,5 – есть, не актуализировано; 0 – нет
Наличие решения выборного органа в отношении системных документов ФНПР	1 – есть; 0 – нет
<b>Ресурсное обеспечение</b>	
Финансирование <sup>17</sup>	1 – в полном объеме; 0,5 – частично; 0 – нет финансирования
Гранты на информационную работу, в том числе – от внешних источников и вышестоящих профструктур (при наличии таких грантов)	1 – широко используются; 0,5 – редко используются; 0 – не используются
Ресурсы вышестоящей профсоюзной организации	1 – широко используются; 0,5 – редко используются; 0 – не используются
<b>Контакты с внешними СМИ</b>	

<sup>16</sup> Актуализировано после принятия решения Генерального совета ФНПР от 24.11.2021 № 10-5 «Об информационной политике и цифровизации работы профсоюзов»

<sup>17</sup> Финансирование реализации информационной политики должно составлять не менее 5% от бюджета на каждом из уровней профсоюзной структуры

Есть актуальный список контактов внешних печатных СМИ	1 – есть; 0 – нет
Есть актуальный список контактов внешних Интернет- СМИ	1 – есть; 0 – нет
Есть актуальный список контактов внешних теле- и радио СМИ	1 – есть; 0 – нет
Период партнерских публикаций в Интернете	1 – материалы выходят не реже 2 раз в месяц; 0,5 – выходят не реже 1 раза в месяц; 0 – выходят реже
Период партнерских публикаций в печатной прессе	1 – материалы выходят не реже 2 раз в месяц; 0,5 – выходят не реже 1 раза в месяц; 0 – выходят реже
Период партнерских теле- и радио передач	1 – выходят не реже 2 раз в месяц; 0,5 – выходят не реже 1 раза в месяц; 0 – выходят реже
Пресс-конференции, организуемые для не профсоюзных СМИ	1 – проходят не реже 2 раз в год; 0,5 – проходят 1 раз в год; 0 – выходят реже
Профсоюзные СМИ освещают вопросы социального партнерства	1 – да, регулярно; 0,5 – не регулярно; 0 – не освещают
СМИ социальных партнеров освещают профсоюзную тематику	1 – да, регулярно, 0,5 – не регулярно, 0 – не освещают
В документах социального партнерства <sup>18</sup> отражена тематика взаимного информирования	1 – есть; 0 – нет
В документах социального партнерства отражена тематика распространения информации партнеров	1 – есть; 0 – нет
В документах социального партнерства отражено выделение ресурсов на	1 – есть; 0 – нет

<sup>18</sup> В зависимости от уровня профсоюзной организации – в трехсторонних и двусторонних соглашениях, коллективных договорах

информационную работу	
<b>Информационное взаимодействие</b>	
Информационные кампании <sup>19</sup>	1 – проводятся; 0 – не проводятся
мероприятия по знакомству с деятельностью профсоюзов в вузах и сузах	1 – проводятся не реже 1 раза в 6 мес.; 0.5 – проводятся реже 1 раза в 6 мес.; 0 – не проводятся
бизнес-инструменты и инструменты интернет-маркетинга <sup>20</sup> для профсоюзной деятельности	1 – широко используются; 0,5 – редко используются; 0 – не используются
Информация от вышестоящих профсоюзных организаций	1 – поступает регулярно <sup>21</sup> ; 0.5 – поступает не регулярно; 0 – не поступает
Информация от вышестоящих профсоюзных организаций	1 – регулярно направляется «вниз» по профсоюзной структуре; 0.5 – направляется с задержкой; 0 – не направляется
Информация в вышестоящие профсоюзные организации	1 – направляется регулярно; 0.5 – не регулярно; 0 – не направляется
База контактов профсоюзных руководителей <sup>22</sup>	1 – имеется, обновляется не реже 1 раза в квартал; 0,5 – имеется, обновляется реже 1 раза в квартал; 0 – не имеется или не обновляется
База контактов профсоюзных активистов <sup>23</sup>	1 – имеется, обновляется не реже 1 раза в год; 0,5 – имеется, обновляется реже 1 раза в год; 0 – не имеется или не обновляется

<sup>19</sup> Организация информационных кампаний, участие в проведении кампаний в защиту прав профорганизаций и активистов, в поддержку акций солидарности профсоюзов и, в целом, ФНПР

<sup>20</sup> В контексте обследования - смс- и почтовые рассылки, лэнды, воронки, a-b-тесты страниц, формирование трафика через таргетированную рекламу и т.п.

<sup>21</sup> Регулярно – для уровня взаимодействия ФНПР – Профсоюз/ТООП – еженедельно; Профсоюз/ТООП – терком – еженедельно; Терком – ППО – еженедельно

<sup>22</sup> База содержит личные телефоны и личные адреса электронной почты.

Для Профсоюза/ТООП – база председателей теркомов, для теркомов – база председателей ППО, для ППО – база профгруппиров (цехкомов)

<sup>23</sup> База содержит личные телефоны и личные адреса электронной почты

Чат профсоюзных руководителей <sup>24</sup>	1 – есть; 0 – нет
Вышестоящей профсоюзной организации обеспечен доступ в чат руководителей	1 – да; 0 – нет
Чат профсоюзных активистов	1 – есть; 0 – нет
Вышестоящей профсоюзной организации обеспечен доступ в чат профактива	1 – да; 0 – нет
Внедрен электронный документооборот <sup>25</sup> с вышестоящей профсоюзной организацией	1 – да; 0 – нет
Внедрен электронный документооборот с нижестоящими профсоюзными организациями	1 – да; 0 – нет

## 2. Информационные ресурсы

*Информационные ресурсы профсоюзов* – печатные издания профсоюзов (газеты, журналы, иные формы печатной продукции), сайты и другие интернет-источники профсоюзной информации (группы, каналы, аккаунты, ленты, блоги в социальных сетях, мессенджерах, видеосервисах) профсоюзные стенды и т.п..

### 2.1 Печатные издания

Согласно Концепции информационной политики (Постановление Генсовета ФНПР №10-5 от 24.11.2021 г.) газеты, журналы, иные формы печатной продукции относятся к категории информационных ресурсов, однако Концепция не содержит норм, обязывающих профсоюзные организации иметь именно печатные профсоюзные издания.

**Оценивается экспертом вышестоящей организации, проводящей мониторинг обследуемой организации, кроме раздела о подписке.**

<sup>24</sup> Для Профсоюза/ТООП – чат председателей теркомов, для теркомов – чат председателей ППО, для ППО – чат профгруппоргов (цехкомов)

<sup>25</sup> Система ЭДО подразумевает, кроме пересылки документа в электронном виде, систему сбора, хранения и анализ информации о действиях с этими документами, систему контроля сроков

<b>Параметр</b>	<b>Оценка</b>
Профсоюзное издание	
Наличие собственного печатного издания	1 – есть; 0 – нет
Распространение	1 – по подписке; 0 – свободное распространение
Тираж	1 – свыше 1000 экз; 0 – менее 1000 экз.
Периодичность выхода	1 – выходит не реже раза в неделю; 0,5 – выходит не реже 1 раза в месяц; 0 – выходит реже, чем 1 раз в месяц
Вид и объем печатного издания	1 – журнал или газета объемом не менее 12 полос; 0,5 – журнал или газета объемом не менее 8 полос; журнал или газета объемом менее 8 полос
<b>Качество подготовки материалов</b>	
Разнообразие жанров	1 – есть <sup>26</sup> ; 0,5 – частично; 0 – нет
Комментарии экспертов	1 – есть <sup>27</sup> ; 0 – нет
Структурная организация текста	1 – материалы издания структурно подготовлены и проработаны <sup>28</sup> ; 0 – материалы издания не имеют четкой структуры
Информативность	1 – материалы информативны <sup>29</sup> ; 0,5 – ограниченно информативны <sup>30</sup> ; 0 – не информативны
Качество текста	1 – тексты качественные <sup>31</sup> ;

<sup>26</sup> В издании присутствует значительное разнообразие жанров – репортажи, интервью, заметки, статьи, очерки; 0,5 – разнообразие жанров в издании ограничено тремя; 0 – издание преимущественно состоит из официальных документов и коротких заметок

<sup>27</sup> Наличие в материалах издания комментариев от профлидеров по актуальным социально-экономическим/отраслевым/региональным проблемам

<sup>28</sup> Наличие заголовков, подзаголовков, врезок, лидов

<sup>29</sup> Материалы содержат свежие новости, цифры, аналитику, рассказывают об обновлениях в федеральном/отраслевом/ региональном законодательстве, анализируют работу профсоюза/ территориального профсоюзного объединения/ профсоюзной организации

<sup>30</sup> Содержат часть информации из перечисленного выше списка

<sup>31</sup> Материалы издания не содержат грамматических, орфографических, стилистических ошибок

	0,5 – не вполне качественные <sup>32</sup> ; 0 – не качественные <sup>33</sup>
Читаемость материалов	1 – материалы читаемы <sup>34</sup> ; 0,5 – затрудненные <sup>35</sup> ; 0 – не читаемы <sup>36</sup>
<b>Профсоюзный контент</b>	
Наличие материалов отчетов с крупных официальных профсоюзных мероприятий	1 – есть; 0 – нет
Наличие материалов о работе отдельных профсоюзных структур/организаций	1 – есть; 0 – нет
Наличие материалов о социальном партнерстве в отрасли/регионе/на предприятии	1 – есть; 0 – нет
Наличие описания лучших практик профсоюзных организаций от коллег по отрасли и регионам.	1 – есть; 0 – нет
Наличие информации о спортивных соревнованиях, конкурсах, обучении, форумах, тренингах, проводимых профорганизациями	1 – есть; 0 – нет
Наличие ярких примеров защиты интересов членов профсоюза	1 – есть; 0 – нет
Дизайн, верстка и	

<sup>32</sup> В отдельных материалах издания найдены грамматические, орфографические, стилистические ошибки

<sup>33</sup> Большинство материалов издания содержат грамматические, орфографические, стилистические ошибки

<sup>34</sup> Материалы издания написаны живым, понятным языком, не содержат (сверх необходимого) бюрократизмов, «профсоюзного новояза», аббревиатур, а также заглавных букв при наименовании организаций и ведомств

<sup>35</sup> В материалах издания встречаются излишние элементы, затрудняющие восприятие текстов

<sup>36</sup> Многочисленные элементы, затрудняющие восприятие текстов в материалах издания

оформление издания	
Верстка выполнена по модульной сетке <sup>37</sup>	1 – да; 0 – нет
Используется ограниченное, постоянное количество шрифтов	1 – да; 0 – нет
Постоянные рубрики издания оформлены названием и/или графически	1 – да; 0 – нет
Однотипные структурные элементы оформлены одинаково	1 – да; 0 – нет.
Заголовки, врезки и другие элементы выделяются на фоне основного текста	1 – да; 0 – нет
В оформлении материалов присутствует достаточно визуала <sup>38</sup>	1 – большинство материалов имеет визуальное оформление; 0,5 – многие материалы имеют визуальное оформление; 0 – лишь небольшая часть материалов оформлены визуальными элементами
Указано авторство материалов	1 – да; 0 – нет
Присутствуют выходные данные <sup>39</sup>	1 – да; 0 – нет
Указаны контактные данные издания <sup>40</sup>	1 – да; 0 – нет
Подписка на профсоюзные СМИ <sup>41</sup>	
Подписка на газету «Солидарность»	1 – норма выполняется полностью <sup>42</sup> ; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется

<sup>37</sup> Тексты и графические элементы на своих местах, в разных колонках строчки идут по одной линии. Границы графики совпадают с границами текстовых колонок

<sup>38</sup> Фотографии, карикатуры, элементы инфографики и т.п.

<sup>39</sup> Название издания, год и номер выпуска, тираж, состав редакции

<sup>40</sup> Телефон, электронная почта, страницы в социальных сетях, каналы в мессенджерах

<sup>41</sup> Оценивается на основании опроса оцениваемой организации

<sup>42</sup> В количестве не менее одного экземпляра печатной или электронной версии на 100 членов профсоюза, для малочисленных организаций (менее 100 человек) – не менее одного экземпляра на ППО

Подписка на «Профсоюзный журнал»	1 – норма выполняется полностью <sup>43</sup> ; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется
Подписка на отраслевое/территориальное профсоюзное издание (при наличии)	1 – норма выполняется полностью <sup>44</sup> ; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется
Обеспечение членов профсоюза собственным СМИ	1 – норма выполняется полностью <sup>45</sup> ; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется

## 2.2. Сайты

Согласно Концепции информационной политики (Постановление Генсовета ФНПР №10-5 от 24.11.2021 г.) сайт необходимо иметь:

- всем всероссийским, межрегиональным профсоюзам, территориальным объединениям организаций профсоюзов – вне зависимости от численности,
- территориальным организациям профсоюзов (теркомам) и ППО - по желанию, а при численности свыше 5000 членов профсоюза – в обязательном порядке.

**Оценивается экспертом вышестоящей организации, проводящей мониторинг обследуемой организации, кроме раздела о подписке.**

Параметр	Оценка
Структура сайта	
Структура сайта в целом	1– проста, понятна, отражает деятельность профсоюзной организации; 0 – не соответствует рекомендациям <sup>46</sup>
Наличие основных разделов	По 0,1 за каждый раздел: <ul style="list-style-type: none"> <li>— Об организации</li> <li>— История</li> <li>— Председатель</li> <li>— Коллегиальные органы</li> <li>— Членские организации (для ТООП) / Структурные организации (для профсоюзов) (при наличии)</li> <li>— Направления работы</li> <li>— Новости</li> </ul>

<sup>43</sup> Не менее одного экземпляра на структурную организацию.

<sup>44</sup> Нормы устанавливаются выборным органом учредителя.

<sup>45</sup> Нормы устанавливаются выборным органом учредителя.

<sup>46</sup> Рекомендации по созданию и ведению сайтов профсоюзных организаций в сети.

Интернет, Одобрено на заседании Постоянной комиссии Генерального Совета ФНПР по информационной политике 19 апреля 2022 г.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Документы</li> <li>— Электронная приемная</li> <li>— Контакты</li> </ul> <p>Максимум – 1</p>
Названия разделов	1 – нет узкопрофсоюзных, непонятных для широкого круга пользователей терминов; 0 – не соответствуют рекомендациям
Название организации	1 - без аббревиатур, понятное для пользователя; 0- если не соответствует рекомендациям
Заголовки	1 – если присутствуют названия страницы, если необходимы подзаголовки; 0 – если нет
Инструменты поиска и рубрикаторы	1 – если присутствуют; 0 –если нет
Информация о руководителях	1 – максимально «очеловечена» (фото, биографии и т.п.); 0,5 –частично; 0 – если не соответствует рекомендациям
Значимые элементы	
Профсоюзная принадлежность	1 – если в явном виде содержит информацию о принадлежности к ФНПР, отраслевой и территориальной принадлежности – для теркома, горкома, ППО; 0 – если не соответствует рекомендациям
Деятельность организации	1 – сайт в явном виде отражает деятельность организации, в том числе ее выборных органов. Формы демонстрации - публикация принятых решений, аналитических материалов по направлениям работы, содержательных новостей, 0,5 – частично; 0 – не соответствует рекомендациям
Структура организации <sup>47</sup>	1 – размещена; 0 – не размещена
Версия сайта для слабовидящих	1 – если присутствует; 0 –если нет
Адаптивная верстка	1 – если присутствует; 0 – если нет
Интерактив	1 – если присутствует; 0 – если нет
Методические материалы	1 – имеются, актуальны; 0,5 – частично;

<sup>47</sup> Недопустима подмена структуры профсоюзной организации структурой ее аппарата

	0 – отсутствуют
Актуальность <sup>48</sup>	1 – соответствует рекомендациям; 0,5 – частично; 0 – не соответствует
Персональные данные	1 – соответствует рекомендациям <sup>49</sup> ; 0,5 – частично; 0 – отсутствует
<b>Технические требования к размещаемой информации</b>	
Доступна к копированию	1 – доступна; 0 – нет
Поисковая выдача	1 – сайт легко ищется поисковыми машинами по ключевым запросам; 0,5 – частично; 0 – не соответствует рекомендациям
Документы	1 – доступны для чтения, скачивания, в т.ч. на мобильных устройствах (не размещать заархивированные папки и т.п.); 0 – не соответствует рекомендациям
Изображения	1 – хорошего качества, композиционно выстроенные, не содержат лишних символов (например, дата съемки), с указанием автора (если требуется), доступны для скачивания; 0,5 – частично; 0 – не соответствуют рекомендациям
Новости	
Принцип «одно событие – одна новость»	1 – соблюдается; 0,5 – частично; 0 – не соблюдается
Логика построения текстов	1 – соблюдается <sup>50</sup> ; 0,5 – частично; 0 – не соблюдается
Структура текста	1 – присутствуют заголовки, лидер-абзац (расшифровка новостного повода), текст (3-7 абзацев), дата и источник (при наличии);

<sup>48</sup> Проверяются материалы по всем разделам сайта, частота постинга новостей, работа ссылок и актуальность контактов

<sup>49</sup> Размещена политика конфиденциальности и информирование о том, что на сайте используются файлы cookies. Сайт снабжен SSL-сертификатом

<sup>50</sup> Текст новости явно отвечает на вопросы «Кто?», «Что?», «Когда?», «Где?», «Почему?», «Как и почему именно сейчас и здесь?»

	0,5 – частично; 0 – не соблюдается
Сокращения и аббревиатуры, инициалы	1 – не используются; 0,5 – иногда встречаются; 0 – часто используются
Используются цитаты	1 – тексты иллюстрируются цитатами официального лица профсоюзов (первоисточника, первого лица) – руководителя ТООП, Профсоюза, теркома, ППО, или профсоюзного эксперта (штатного), организатора профсоюзной акции, участника события и т.п.; 0,5 – иногда встречаются; 0 – не используются

<b>Виджеты</b>	
Виджет ФНПР	1 – есть; 0 – нет
Виджет ЦПГ «Солидарность»	1 – новый; 0,5 – старый; 0 – нет
Виджет вышестоящей (нижестоящих ) организаций	1 – есть; 0 – нет
<b>Безопасность<sup>51</sup></b>	
Хостинг на территории Российской Федерации	1 – да; 0 – нет
SSL-сертификат	1 – есть; 0 – нет
Защита от DDoS- атак, SQL-инъекций и XSS-атак	1 – есть и настроена; 0 – нет
мониторинг событий безопасности	1 – обеспечен <sup>52</sup> ; 0,5 – частично обеспечен; 0 – не обеспечен
Доступ к администрированию	1 – безопасен <sup>53</sup> ; 0,5 – частично безопасен; 0 – не безопасен
Доменное имя зарегистрировано правильно	1 – зарегистрировано на юридическое лицо с указанием официальных контактов организации, в том числе в качестве администратора; 0 – нет
Фреймворк, CMS	1 – безопасен <sup>54</sup> ; 0,5 – частично безопасен; 0 – не безопасен
Резервное копирование	1 – проводится не реже 1 раза в неделю; 0,5 – проводится, но не регулярно и не в полном объеме; 0 – не проводится

<sup>51</sup> Оценивается через анкетирование оцениваемой организации

<sup>52</sup> Просмотр журналов безопасности должен быть в явном виде закреплен в должностных обязанностях лица, являющегося администратором сайта

<sup>53</sup> Доступ считается безопасным, если соблюдены ВСЕ условия:

- пароль сложный, содержит буквы разных регистров, цифры, знаки и не менее 11 символов, не запоминается менеджером паролей, находится у штатного сотрудника;
- стандартный адрес входа администратора изменен, аутентификация двухфакторная (или используется captcha);
- есть резервный аккаунт и пароль администратора;

<sup>54</sup> Система управления сайтом безопасна, если она:

- не «самописная»;
- не работает по подписке;
- не конструктор сайтов;
- своевременно обновлена;
- системы безопасности «от производителя» не отключены

### 2.3. *Социальные сети*

Согласно Концепции информационной политики (Постановление Генсовета ФНПР №10-5 от 24.11.2021 г.) аккаунты в социальных сетях необходимо иметь:

- всем всероссийским, межрегиональным профсоюзам, территориальным объединениям организаций профсоюзов – вне зависимости от численности,
- территориальным организациям профсоюзов (теркомам) и ППО - по желанию, а при численности свыше 1000 членов профсоюза – в обязательном порядке.

На текущий момент, исходя из законодательства Российской Федерации, приоритетными социальными сетями для профсоюзных организаций и профсоюзных активистов являются ВКонтакте и Телеграм.

**Оценивается экспертом вышестоящей организации, проводящей мониторинг обследуемой организации.**

Параметр	Оценка
<b>Официальное сообщество ВКонтакте</b>	
Наличие официального сообщества	1 – если есть сообщество; 0 – если нет
Информация об организации в описании	По 0,5 за каждый пункт: - Ссылка на сайт; - Основные направления деятельности; - Количество членских организаций, членов профсоюза, иной цифровой факт
Меню	1 – меню сообщества есть, включает основные рубрики – темы публикаций; 0 – если нет
Фирменный стиль	1 – есть единый визуальный стиль публикаций; 0 – если нет
Визуальное оформление сообщества	1 – есть баннер, аватарка (изображение сообщества), а также изображения к публикациям выполнены с учетом современных тенденций в дизайне; 0 – рекомендации не соблюдены
Оформление текста публикаций	1 – если современное, т.е. отвечает требованиям <sup>55</sup> ; 0.5 – если частично отвечает требованиям; 0 – если нет
Хэштеги <sup>56</sup>	1 – если присутствуют; 0 – если нет
Разнообразие форматов контента <sup>57</sup>	1 – если есть; 0 – если нет
Разнообразие тематики <sup>58</sup>	1 – если есть; 0 – если нет
Регулярность публикаций	1 – несколько в неделю; 0,5 – 1 в неделю; 0 – реже 1 раза в неделю
Наличие общепрофсоюзной повестки	1 – если есть репосты или рерайты новостей ФНПР и газеты «Солидарность»; 0 – если нет

<sup>55</sup> Текст без инициалов героев. Отступы между абзацами для удобства восприятия текста подписчиками. Использование «смайликов» для акцента на важных моментах, а также разделения текста.

<sup>56</sup> Использование хэштегов организации, а также общепрофсоюзных по направлениям деятельности, например: #профсоюзы #социальнопартнерство #охранатруда.

<sup>57</sup> Варианты форматов контента: статья, опрос, мем, инфографика и т.п.

<sup>58</sup> Не только о проведенных мероприятиях.

Актуальность информации на странице	1 – информация актуальная везде <sup>59</sup> ; 0.5 – если частично; 0 – если вся устаревшая
Реакции <sup>60</sup>	2 – свыше 6%; 1 - от 3,5% до 6%; 0,5 - от 1% до 3,5%; 0 - менее 1%
Комментарии	1 – если включены и получают ответ/модерацию <sup>61</sup> ; 0,5 – если включены и не модерируются; 0 – если отключены
Контакты организации	1 – указаны актуальные контакты организации; 0 – не указаны или не актуальны
<b>Собственное молодёжное сообщество ВКонтакте<sup>62</sup></b>	
Наличие сообщества	1 – если есть сообщество; 0 – если нет
Информация об организации в описании	По 0,5 за каждый пункт (текстовой, адрес сайта, др.)
Меню	1 – если есть; 0 – если нет
Фирменный стиль	1 – если есть; 0 – если нет
Визуальное оформление сообщества	1 – если современное; 0 – если нет
Оформление текста публикаций	1 – если современное, т.е. отвечает требованиям; 0.5 – если частично отвечает требованиям; 0 – если нет
Хэштеги	1 – если присутствуют; 0 – если нет
Разнообразие форматов контента	1 – если есть; 0 – если нет
Разнообразие тематики	1 – если есть; 0 – если нет

<sup>59</sup> Актуальная информация в закрепленном сообщении разделы (при наличии). Актуальная информация при переходе в меню разделы (при наличии). Обновляются разделы: «Фотографии», «Видео», «Файлы», «Ссылки» (при наличии).

<sup>60</sup> Реакции, Engagement Rate (ER) — это индекс вовлечённости пользователей, равен отношению реакций к количеству подписчиков, умноженным на 100 %. Активной реакцией считается: лайк, репост, комментарий, сохранение публикации.

<sup>61</sup> Комментарии не остаются без ответа, если того требуют. Проводится работа с негативными комментариями – либо на них отвечают, либо они модерируются.

<sup>62</sup> Критерии те же, что для официальных страниц.

Регулярность публикаций	1 – несколько в неделю; 0,5 – 1 в неделю; 0- реже 1 раза в неделю
Наличие общепрофсоюзной повестки	1 –если есть; 0 – если нет
Актуальность информации на странице	1 –информация актуальная везде; 0.5 – если частично; 0 – если вся устаревшая
Реакции	2 – свыше 6%; 1 - от 3,5% до 6%; 0,5 - от 1% до 3,5%; 0 - менее 1%
Комментарии	1 – если включены и получают ответ/модерацию; 0,5 – если включены и не модерируются; 0 – если отключены
Контакты организации	1 – указаны актуальные контакты организации; 0 – не указаны или не актуальны
<b>Личная страница руководителя организации</b>	
Наличие	1 – если есть; 0 – если нет
Указание места работы	1 – в описании страницы или месте работы указано профобъединение, ссылка на его сайт и/или сообщество в соцсети, если есть; 0 – если нет
Аватарка	1- выдержана в официальном стиле или «smart casual»; 0 – если рекомендация не выдержана
Разнообразие контента <sup>63</sup>	1 – если есть; 0 – если нет
Наличие общепрофсоюзной повестки	1 – репосты/рерайты профсоюзных новостей снабжены личным отношением к предмету публикации; 0,5 – есть репосты или рерайты из профсоюзных сообществ; 0 – если нет
<b>Канал организации в Telegram</b>	
Наличие канала	1 – если есть;

<sup>63</sup> Разнообразный контент о работе организации, увлечениях, семье, а не только репосты из профсоюзных сообществ или личный контент.

членской организации ФНПР	0 – если нет
Описание канала	1 – в описание канала указана краткая информация об организации, ее сайт и/или контакты; 0 – если нет
Разнообразие контента	1 – контент полностью или частично не дублируется с сайта или сообществ(а) организации в социальных сетях; 0 – если нет
Наличие общепрофсоюзной повестки	1 – есть репосты или рерайты новостей ФНПР, газеты «Солидарность», иных профсоюзных источников; 0 – если нет
Комментарии	1 – комментарии включены и модерировуются <sup>64</sup> ; 0,5 – включены, но нет обратной связи; 0 – выключены
Реакции к публикации	1 – включены реакции в настройках канала; 0 – если нет
Наличие отдельного канала руководителя профорганизации в Telegram	1 – если есть; 0 – если нет

### 3. Информационная структура и ее кадровое обеспечение

*Информационная структура* – пресс-центр, пресс-служба, пресс-секретарь, отдел (департамент), информационный работник, иное структурное подразделение, осуществляющее деятельность по реализации информационной политики в профсоюзной организации, входящей в организационную структуру ФНПР.

В рамках данной методики оценка состояния информационного обеспечения проводится на основании опроса оцениваемой организации

Параметр	Оценка
<b>Информационная структура</b>	
Информационная структура <sup>65</sup>	1 – сформирована структура; 0,5 – поручено активисту или штатному специалисту

<sup>64</sup> Добавлена группа для того, чтобы была возможность комментировать посты. Комментарии не остаются без ответа, если того требуют. Проводится работа с негативными комментариями – либо на них отвечают, либо они модерировуются

	(по совместительству с иной деятельностью); 0 – отсутствует
Базовая подготовка	1 – обеспечена <sup>66</sup> ; 0.5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечена
I уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>67</sup> ; 0.5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечен
II уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>68</sup> ; 0.5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечен
III уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>69</sup> ; 0.5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечен
IV уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>70</sup> ; 0.5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечен
Вовлечение молодежных советов	1 – члены молсоветов регулярно привлекаются к информационной работе; 0.5 – не регулярно; 0 – не привлекаются
Вовлечение актива (не из числа членов молсоветов) в информационную	1 – регулярно; 0.5 – не регулярно; 0 – не проводится

<sup>65</sup> пресс-центр, пресс-служба, пресс-секретарь, отдел (департамент), или информационный работник, в чьи задачи входит только информационная работа.

<sup>66</sup> все сотрудники информструктуры или информационные активисты, системно привлекаемые к информационной работе, имеют профильное высшее, средне-специальное образование (журналистика, связи с общественностью и т.п.).

<sup>67</sup> все сотрудники информструктуры или информационные активисты, системно привлекаемые к информационной работе, прошли начальную подготовку профсоюзных кадров и актива (введение в профсоюзную деятельность) в объеме не менее 24 часов.

<sup>68</sup> Все сотрудники информструктуры или информационные активисты, системно привлекаемые к информационной работе, прошли теоретическую и практическую подготовку по профилю своей деятельности с учетом профсоюзной специфики (базовое обучение) по программам в объеме не менее 72 часов.

<sup>69</sup> Все сотрудники информструктуры или информационные активисты, системно привлекаемые к информационной работе, прошли обучение по модульным программам (в объеме от 16 до 40 часов не реже 1 раза в 5 лет) по профилю своей деятельности с учетом профсоюзной специфики.

<sup>70</sup> Все сотрудники информструктуры или информационные активисты, системно привлекаемые к информационной работе, прошли профессиональную переподготовку (в объеме не менее 250 часов) по профилю своей деятельности с учетом профсоюзной специфики.

работу в качестве информационных волонтеров	
Лицо, ответственное за ведение чатов руководителей, актива	1 – в штате организации, 0.5 – активист, 0 – нет ответственного
Лицо, ответственное за ведение базы контактов руководителей, актива	1 – в штате организации, 0.5 – активист, 0 – нет ответственного

#### 4. Цифровая зрелость. Методика оценки цифровой зрелости профсоюзной организации

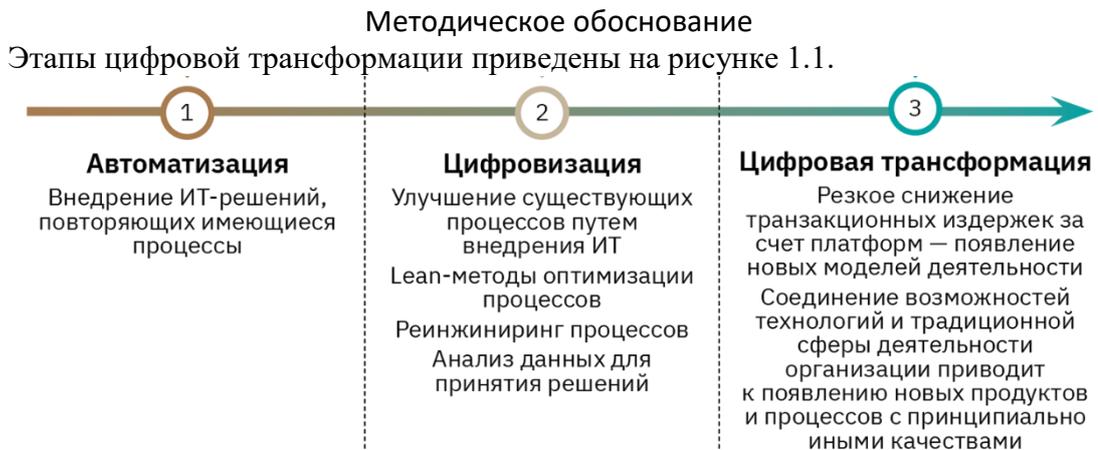


Рис. 1.1. Этапы цифровизации процессов <sup>71</sup>

Переходу организации на конкретный этап должен соответствовать уровень подготовки этой организации – цифровая зрелость. Внедрение элементов цифровизации в работу профсоюзной организации невозможно провести без оценки стартового состояния. Именно оценка цифровой зрелости показывает возможность, уровень и готовность организации к конкретному этапу цифровой трансформации. Этапы выстроены последовательно и не предполагают перехода на вышестоящий без прохождения предыдущего.

Изучив по открытым источникам опыт цифровизации государственных организаций и частных компаний в России, а также методические материалы ряда научных центров, в том числе АНО «Центр перспективных управленческих решений», Центра подготовки

<sup>71</sup> См. «Комментарий Департамента Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения». С.23.

руководителей и команд цифровой трансформации ВШГУ РАНХиГС, эксперты ФНПР пришли к выводу, что на момент написания данной методики единого четкого подхода к оценке цифровой зрелости организаций, особенно общественных, не выработано.

Для оценки цифровой зрелости профсоюзным организациям предлагается воспользоваться обобщенной методикой, разработанной Центром перспективных управленческих решений и применявшейся для оценки цифровой зрелости Счетной палаты Российской Федерации. При этом система оценки для профсоюзных организаций доработана с учетом специфики. Данная методика применима до уровня территориальных организаций профсоюзов включительно.

Согласно методике, в основе оценки уровня цифровой зрелости лежит шкала, распределенная по 7 блокам (рисунки 1.2, 1.3). Для ответов выбрана шкала от 0 до 3, соответственно в каждом блоке будет несколько вопросов с вариантами ответа, соответствующими каждому уровню, по среднему значению суммы всех ответов блока выставляется уровень по данному блоку для каждого заполненного опросника.

Сбор данных для оценки проводится в режиме внутреннего аудита через анонимное анкетирование группы лиц, причастных к работе организации. Рекомендуется опрашивать:

- руководителя,
- всех заместителей руководителя,
- не менее 50% сотрудников «ключевых» структурных подразделений аппаратов.

Итоговая оценка по блоку высчитывается как среднее значение, полученное от всех респондентов по данному блоку анкеты. Далее состояние организации оценивается по полученным средневзвешенным векторам. И составляется портрет организации, пример показан на рис. 1.2.



Рис. 1.2. Шкала оценки уровня цифровой зрелости по 7 блокам (пример)

Получив первичные данные, становится возможным определить точки роста в организации по конкретным направлениям. Оценка по такой методике также должна дать

ответ, почему внедрение отдельных инструментов не влечет за собой качественных изменений в организации. Также возможно сделать вывод о готовности к следующему этапу. Так, например, если большинство показателей находятся в зоне 2-3, организация готова к цифровизации, если оценка большинства показателей в зоне 3 – организацию можно готовить к цифровой трансформации (рис. 1.1.), если в зоне 0-1, первым этапом должна стать автоматизация.

1	Организационная культура	Уровень организационной культуры, поддерживающей процессы постоянного совершенствования и инноваций, управления изменениями
2	Кадры	Соответствие персонала компетенциям госслужащего, необходимого для успешной работы в условиях цифровой экономики
3	Процессы	Применение практик процессного управления: методы оптимизации процессов, бережливое производство, дизайн-мышление. Анализ, мониторинг и постоянное обновление процессов
4	Продукты	Анализ существующих продуктов и деятельности с ними. Продукт – решение потребности пользователя, несущее в себе ценность для последнего
5	Модели аналитики	Постоянное обновление моделей, их валидность и включенность в процессы деятельности
6	Данные	Доступ к необходимым данным в режиме реального времени с обеспечением необходимого уровня безопасности. Полнота и качество данных для принятия решений
7	Цифровые инструменты	Доступ к современной цифровой инфраструктуре и обеспечение работы на всех типах устройств

Рис. 1.3 Основные характеристики блоков цифровой зрелости (в адаптации для профсоюзов)

#### Анкета

Параметр	Оценка
Организационная культура	
Каким образом выстроена система заданий в целом?	0 - все поручения формулируются устно, на совещаниях, системы контроля не имеют; 1 – после формулирования поручений (например, на планерке, совещании) оформляется протокол со сроками исполнения, высылается по электронной почте; 2 - работа с задачами ведется в системе Jira, Trello, Битрикс 24 или аналогичных, руководитель не работает с системами; 3 - работа с задачами ведется в системе Jira, Trello, Битрикс 24 или аналогичных, руководитель лично работает с системами
Каким образом выстроено	0 - сотрудники получают задания устно; 1 - сотрудники получают задания по электронной почте,

получения заданий?	в виде служебной записки или резолюции; 2 - получают задачи в системе планирования, электронном календаре (программах односторонней связи «постановщик –исполнитель», без автоматического контроля исполнения); 3 - работа с задачами ведется в системе Jira, Trello, Битрикс 24 или аналогичных (системы имеют двустороннюю связь «постановщик-исполнитель, автоматический контроль)
Каким образом выстроена система отчетов по исполнению поручений?	0 - сотрудники отчитываются устно; 1 - сотрудники отчитываются служебной запиской или по электронной почте; 2 - отчитываются в комментариях к задаче или в сообщении электронной почты; 3 - работа с задачами ведется в системе Jira, Trello, Битрикс 24 или аналогичных (с автоматическим контролем исполнения)
Каким образом оценивается результат?	0 - результат не контролируется; 1- результат контролируется, но не влияет /не учитывается при оплате труда/оценке работы; 2 – результаты закрыты (не публичны), но учитываются при оплате труда/оценке работы; 3 - результаты публичны (открыты), учитываются при оплате труда/оценке работы
Кадры	
По какому принципу формируется штат организации?	0 – есть сотрудники, чьи должностные инструкции не соответствуют их уровню образования или регулярно в объеме более 20% выполняющие работу, не содержащуюся в их должностных инструкциях; 1 - обязанности определены в должностных инструкциях в общих формулировках и соответствуют направлению работы; 2 - обязанности определены в должностных инструкциях в четких формулировках, соответствуют уровню образования сотрудников и направлениям их работы; 3 - в организации существует понятие/набор компетенций сотрудников, который соответствует занимаемым должностям и уровням образования
До какой степени сотрудники организации используют прикладное	0 - сотрудники могут выполнять свою работу без использования прикладных компьютерных программ; 1- требуется знание прикладных компьютерных программ; 2- сотрудники работают с большими объемами данных

программное обеспечение?	в прикладных программных продуктах (каждый в своих); 3- вся работа ведется в системах с совместными базами данных и аналитическими средствами.
Каким образом организовано техническое сопровождение работы сотрудников?	0 – нет специалиста/подразделения технической поддержки; 1 - работает специалист/подразделение технической поддержки; 2 - работает подразделение IT-решений (сотрудники занимаются аналитикой потребностей организации и внедрением /разработкой удовлетворяющих их решений); 3- работает подразделение, в обязанности которого включено цифровое развитие организации
Каким образом организовано освоение сотрудниками новых технологий?	0 - дополнительное обучение для сотрудников по тематике работы с цифровыми инструментами не проводится; 1 – все сотрудники прошли базовую подготовку по используемым ими компьютерным программам и продуктам; 2 - все сотрудники не позднее 3 лет назад проходили переподготовку по владению используемыми ими компьютерными программами и продуктами; 3 - все сотрудники не реже 1 раза в год проходят обучение по используемым ими компьютерными программами и продуктами
Процессы <sup>72</sup>	
Каким образом происходит процесс работы над задачами в	0 - регулярные разнородные задачи хаотически распределяются руководителями по подразделениям /исполнителям; 1- 90% задач можно отнести к тому или иному

<sup>72</sup>Под процессом в контексте исследования понимается совокупность действий, которые преобразуют входящее задание в требуемый результат. Процесс – это всегда типовые, повторяющиеся действия. Любой проект можно разложить на взаимосвязанные процессы. Подробнее о процессном подходе:

[https://www.kpms.ru/General\\_info/Process\\_approach.htm](https://www.kpms.ru/General_info/Process_approach.htm)

организации?	<p>направлению работы, направления работы зафиксированы за подразделениями;</p> <p>2 - направления работы зафиксированы за подразделениями и четко описаны;</p> <p>3 - вся деятельность организации может быть описана через функционал подразделений</p>
<p>Каким образом происходит распределение обязанностей при реализации процессов?</p>	<p>0 - в организации постоянно возникают задачи, для решения которых нет подходящей структуры/исполнителя;</p> <p>1 - в организации определены ответственные за конкретные задачи, при их отсутствии замещение исполнителя не производится;</p> <p>2 - большая часть задач знакома исполнителям, в организации определены ответственные за конкретные направления, при их отсутствии замещение исполнителя производится по решению руководства, реализуется без потери качества;</p> <p>3 - все могут всё благодаря наличию четко описанных процессов и умению сотрудников пользоваться ими</p>
<p>Как выстроена система планирования работы?</p>	<p>0 - подразделения/исполнители самостоятельно определяют сроки и отчитываются о результатах выполнения задач перед руководителем;</p> <p>1 - подразделения строят свою работу на основании планов, мероприятия в планах описаны общими терминами, планы могут не соблюдаться;</p> <p>2 - подразделения строят свою работу по планам, планы работы содержат четкие мероприятия и их сроки, планы могут не выполняться;</p> <p>3 - подразделения строят свою работу по планам, планы работы содержат четкие мероприятия и их сроки, планы выполняются</p>
<p>Каким образом выстроена коммуникация между подразделениями организации?</p>	<p>0 – взаимодействие выстроено через устные поручения вышестоящих руководителей;</p> <p>1 - взаимодействие выстроено через письменные поручения вышестоящих руководителей (служебные задания, поручения);</p> <p>2 - взаимодействие выстроено через письменные поручения на уровне руководителей подразделений (служебки) и не требует санкций /поручений вышестоящего руководства;</p> <p>3 - взаимодействие происходит на уровне исполнителей и не требует дополнительного вмешательства/контроля/поручений от их</p>

	руководителей
Каким образом выстроено взаимное информирование между подразделениями организации?	0 - подразделения ведут свои направления самостоятельно, не оповещая коллег; 1- подразделения оповещаются о соседних процессах по решению руководителя; 2- выстроена система оповещения о всех процессах, проходящих в организации; 3- выстроена с применением средств автоматизации система оповещения всех подразделений о всех процессах в организации, их сроках и стадии исполнения.
Продукты <sup>73</sup>	
Кто инициирует разработку продуктов?	0- никто; 1- руководители; 2- сотрудники по согласованию с руководителями идеи продукта или во исполнение порученной задачи; 3- сотрудники по своей инициативе (рационализаторская деятельность), согласовывая с руководителями результат разработки
Участвуют ли сотрудники в создании продуктов?	0- сотрудники не привлекаются; 1- да, включаются в работу команды, собранной руководителем для реализации конкретного проекта; 2- самостоятельно создают проектную команду при поступлении соответствующей задачи и добиваются результата, собирают входные данные и проводят аналитику; 3 - самостоятельно формирую команду, техническое задание, цели и обоснование проектов
Каким образом формируются требования к продуктам?	0- работу над продуктом ведет одно подразделение/специалист (по своему усмотрению), остальные, даже получив соответствующее поручение, уклоняются от участия в проекте; 1- каждый член «межведомственной» проектной группы по своему направлению создает документ, итоговый документ формируется всей командой; 2- проводится анализ поставленной задачи, формируются требования, формируется потребительская модель, создается массив данных по проекту. Работа ведется с использованием инструментов командной работы; 3 - проводятся командные исследования, анализ

<sup>73</sup> Под продуктом в контексте исследования понимается оформленный результат деятельности: выпущенный документ, реализованное мероприятие, созданный сервис

	ситуации и формируются первичные требования к продукту, исследуется целевая аудитория, происходит генерация идей с использованием инструментов командной работы
Модели аналитики	
При подготовке стратегических решений выборных органов применяются:	0 - только методы дескриптивной аналитики <sup>74</sup> ; 1 - методы диагностической аналитики <sup>75</sup> ; 2 - методы предикативной аналитики <sup>76</sup> ; 3 - методы предписывающей аналитики <sup>77</sup>
При подготовке тактических решений выборных органов применяются:	0 - только методы дескриптивной аналитики; 1 - методы диагностической аналитики; 2 - методы предикативной аналитики; 3 - методы предписывающей аналитики
При подготовке операционных решений выборных органов применяются:	0 - только методы дескриптивной аналитики; 1 - методы диагностической аналитики; 2 - методы предикативной аналитики; 3 - методы предписывающей аналитики
Данные	
Как организован процесс работы с данными в организации?	0 - данные системно не накапливаются и не систематизируются, хранятся без структуры и поиска по массиву, на локальных ЭВМ; 1 - данные собираются под проектную деятельность сотрудниками самостоятельно, хранятся самостоятельно; 2 - по некоторым направлениям созданы базы данных, к которым могут получать доступ заинтересованные сотрудники;

<sup>74</sup> Методы дескриптивной аналитики (отвечают на вопрос «Что произошло?»). А именно: проводят анализ итогов работы с построением графиков и сравнением показателей с предыдущим периодом (без анализа)

<sup>75</sup> Методы диагностической аналитики (отвечают на вопрос «Почему это произошло?»). А именно: при анализе итогов работы анализируют причины возникновения данных, используя специальные методы уточнения (социология, экспертное интервью и тп)

<sup>76</sup> Методы предикативной аналитики (отвечают на вопрос «Что будет происходить?»). А именно: на основании полученных и проанализированных данных строят модели будущих состояний (с использованием инструментов прогноза, таких как форсайт-сессии, интервью, математические и физические модели)

<sup>77</sup> Методы предписывающей аналитики (отвечают на вопрос «Что делать?»). А именно: комплексные исследования, которые на основе анализа данных, прогнозирования и моделирования позволяют выбрать наилучшие из возможных результатов, предписывают определенный порядок действий для достижения лучшего результата

	3 - созданы карты данных <sup>78</sup> , используется регулярное автоматическое обновление данных, в том числе с использованием машиночитаемых документов
Как вы можете описать процесс получения и обработки данных в организации?	1 - данные собираются сотрудниками вручную с использованием внешних и сторонних баз данных; 2 - данные загружаются сотрудниками в специализированную систему, часть данных загружается из внешних источников автоматически <sup>79</sup> ; 3 - данные собираются автоматически с использованием специализированных систем и анализом качества, и актуальности данных.
Как вы охарактеризуете качество данных, задействованных в Вашей работе?	0 – нет системы контроля за актуальностью данных; 1 - данные редко обновляются, зачастую в процессе работы требуют обновления; 2 - данные актуальны для текущих задач, обновляются при формировании проектных групп или при постановке задач; 3 - для анализа всегда доступны актуальные данные, контроль актуальности данных ведется непрерывно, по необходимости вносятся изменения в системы сбора данных
Цифровые инструменты обработки данных	
Из числа внутренних цифровых сервисов в организации	0 – цифровые сервисы не используются; 1 - «озеро данных» <sup>80</sup> + система поиска по нему <sup>81</sup> ; 2 - помимо указанных ранее, используется паспорт объекта обработки данных <sup>82</sup> ; к работе сервисов применен риск-ориентированный подход <sup>83</sup> и

<sup>78</sup> Карта данных – в контексте данного исследования – документ, визуализирующий структуру используемых данных, их источники, может содержать информацию о системе накопления и обработки

<sup>79</sup> Пример: загрузка новостей ЧО на сайт ФНПР через RSS –ленту – база новостей сайта ФНПР в этом случае пополняется автоматически.

<sup>80</sup> «Озеро данных» - хранилище данных, хранящихся в естественном/необработанном формате, например – общая локальная сеть или сервер

<sup>81</sup> Например, на сервере организации есть поиск по тексту документов формата PDF

<sup>82</sup> Паспорт объекта обработки данных – документ, в котором отражены цели, методы, сроки и этапы обработки, ответственные за обработку (исполнители и руководители), планируемый результат. Пример паспорта – Положение о системе электронного документооборота.

<sup>83</sup> Риск-ориентированный подход – метод, при котором решения принимаются на основе анализа состояния, рисков и инцидентов, их последствий.

используются	<p>визуализация аналитики<sup>84</sup>. Сотрудникам недоступны инструменты автоматизированной аналитики;</p> <p>3 - помимо вышеописанного, используются автоматизированные системы анализа и прогноза. Сотрудники имеют доступ ко всем цифровым сервисам через единое окно, знают и понимают, как использовать данные решения<sup>85</sup></p>
--------------	--

## **Комментарий**

### **Департамента Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения**

Автоматизация – это замена действий людей, направленных на сбор и обработку данных, работой системы. При этом сам результат и качество процесса остаются неизменными. Меняется только количество человеческих усилий.

Наглядным примером является бухгалтерский учет. Отчетность по форме одна и та же независимо от того, в каком режиме и кем она была сформирована – машиной за несколько минут при участии одного человека или группой людей за несколько дней.

Автоматизация позволяет снизить затраты на ежедневный ручной труд, сэкономить на зарплате персонала за счет разовых инвестиций во внедрение системы. Мы сокращаем количество людей, необходимое для поддержания процесса, никак не меняя сам процесс. В этом и заключается польза автоматизации для организации.

Автоматизация не требует менять логику и модель управления процессом, и, как следствие, картину мира специалистов организации. Квалификация специалистов и руководителей для работы в новом формате также может остаться неизменной.

Цифровизация – это изменение модели управления процессом через работу с данными. С помощью цифровизации можно влиять как на качество, так и на стоимость результата процесса (не только за счет сокращения количества людей). Сам результат (продукт на выходе) при этом остается неизменным.

Пример: внедрение CRM-системы позволяет организовать детальную прослеживаемость работы над мероприятием или документом. Система – это часть процесса управления организацией. Например - профсоюзная организация проводит заседание своего комитета в режиме ВКС. При наличии CRM-системы такая система выдаст предупреждение о том, что, например, ссылка на подключение члену комитета не поступила (не нужно вручную контролировать почтовые отчеты) и ответственный за подключение специалист направит ссылку повторно. При отсутствии системы ситуация бы завершилась неявкой члена комитета, о которой организаторы могли узнать только в день заседания, а это могло бы повлиять на кворум и в целом на всё мероприятие.

<sup>84</sup> Например, статотчетность анализируется по графикам, а не по таблицам.

<sup>85</sup> Примером такой системы могла бы быть доступность в личном кабинете ФНПР для членских организаций рекомендаций по включению тех или иных пунктов в колдоговоры на конкретных предприятиях, построенных нейросетью, анализирующей коллективные договоры в сумме с данными статотчетности.

Важной особенностью является то, что проекты цифровизации требуют неизбежной трансформации картины мира лидера процесса в сторону управления через цифру. Способа реализовать проект успешно здесь два: либо профсоюзный руководитель должен пройти соответствующее обучение, либо в профорганизации должен появиться новый руководитель, готовый к такому формату работы.

Основной предпосылкой к входу в проекты цифровизации является высокий уровень конкуренции на рынке (например – членам профсоюза всё доступнее становятся государственные услуги онлайн, в то время как зайти в кабинет председателя ППО зачастую невозможно из-за удаленного формата работы самого члена профсоюза).

Цифровизация позволяет профорганизации повысить свою конкурентоспособность за счет управления процессом и качественными характеристиками продукта на основе анализа собранной информации – адресно предложить меры поддержки «семейным» членам профсоюза, лучше спланировать бюджет на летнее оздоровление на основе прогноза и анализа смет прошлых лет и т.п.

Стоит отметить, что под продуктом здесь понимается конечная ценность для члена профсоюза (своевременно полученная правовая консультация, правильно оформленные документы и т.д.).

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что термин «автоматизация» больше применим к учету (мы автоматизируем сбор данных и выполнение каких-либо операций учета), а «цифровизация» – к управлению (потому что в процессе цифровизации его модель подвергается изменениям).

Цифровая трансформация – это изменение процесса для получения альтернативного результата. Привнесение в работу профсоюзов принципиально новых моделей.

Яркий пример из бизнеса – то, как Яндекс трансформировали рынок такси. На данный момент ФНПР не известны подходящие примеры успешной цифровой трансформации профсоюзов ни в России, ни за ее пределами. Единственным значимым показателем такой успешности мог бы стать взрывной рост профчленства. Запрос на профсоюзы, прошедшие цифровую трансформацию, наиболее велик у граждан, рожденных после 2000 года («поколение Z»).

## Профсоюзы

Организация	Индекс информационного обеспечения и взаимодействия профсоюзов	Индекс состояния сайтов	Индекс работы в социальных сетях	Индекс состояния печатных СМИ	Общий индекс информационной работы
Всероссийский Электропрофсоюз	73%	76%	39%	87%	69%
Межрегиональный профсоюз работников судостроения, судоремонта и морской техники	40%	64%	44%	0% <sup>86</sup>	37%
Общероссийский Профсоюз образования	80%	74%	68%	85%	77%
Профсоюз авиационных работников	56%	45%	0%	0%	25%
Профсоюз автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения Российской Федерации	58%	66%	93%	0%	54%
Профсоюз автомобильного транспорта и дорожного хозяйства	67%	47%	4%	50%	42%
Профсоюз агропромышленного комплекса Российской Федерации	79%	58%	32%	65%	58%
Профсоюз государственных учреждений и общественного обслуживания РФ	46%	66%	0%	80%	48%
Профсоюз гражданского персонала Вооруженных Сил России	51%	58%	18%	35%	40%
Профсоюз железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ)	82%	78%	63%	85%	77%
Российский профсоюз работников транспортной безопасности	54%	77%	63%	0%	49%
Профсоюз работников жизнеобеспечения	66%	76%	26%	0%	42%
Профсоюз работников здравоохранения РФ	88%	89%	93%	85%	88%

<sup>86</sup> Здесь и далее 0% означает, что организация не предоставила данные для исследования или печатное издание отсутствует.

<b>Организация</b>	<b>Индекс информационного обеспечения и взаимодействия профсоюзов</b>	<b>Индекс состояния сайтов</b>	<b>Индекс работы в социальных сетях</b>	<b>Индекс состояния печатных СМИ</b>	<b>Общий индекс информационной работы</b>
Профсоюз работников культуры	72%	56%	0%	0%	32%
Профсоюз работников лесных отраслей РФ	48%	63%	70%	0%	45%
Профсоюз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства	66%	79%	67%	77%	72%
Профсоюз работников общего машиностроения	49%	56%	0%	56%	40%
Профсоюз работников связи России	50%	65%	14%	69%	50%
Профсоюз работников физической культуры, спорта и туризма РФ	48%	65%	58%	0%	43%
Профсоюз трудящихся авиационной промышленности	59%	70%	54%	88%	68%
Российский независимый профсоюз работников угольной промышленности	59%	48%	0%	69%	44%
Российский профсоюз работников инновационных и малых предприятий	31%	66%	18%	0%	29%
Российский профсоюз работников промышленности	66%	26%	54%	0%	37%
Российский профсоюз работников радиоэлектронной промышленности	63%	44%	21%	0%	32%
Российский профсоюз работников судостроения	44%	59%	18%	0%	30%
Российский профсоюз работников химических отраслей промышленности	68%	44%	0%	0%	28%

### ТООП

<b>Организация</b>	<b>Индекс информационного обеспечения и взаимодействия</b>	<b>Индекс состояния сайтов</b>	<b>Индекс работы в социальных сетях</b>	<b>Индекс состояния печатных СМИ</b>	<b>Общий индекс информационной работы</b>
Алтайский крайсовпроф	77%	81%	96%	90%	86%
Астраханское областное объединение организаций профсоюзов	49%	52%	0%	0%	25%
Белгородское областное объединение организаций профсоюзов	81%	69%	40%	98%	72%

<b>Организация</b>	<b>Индекс информационного обеспечения и взаимодействия профсоюзов</b>	<b>Индекс состояния сайтов</b>	<b>Индекс работы в социальных сетях</b>	<b>Индекс состояния печатных СМИ</b>	<b>Общий индекс информационной работы</b>
Владимирское областное объединение организаций профессиональных союзов	47%	58%	56%	0%	40%
Волгоградский областной Совет профессиональных союзов	76%	55%	42%	92%	66%
Вологодская областная Федерация профсоюзов	63%	71%	68%	85%	72%
Воронежское областное объединение организаций профсоюзов	81%	73%	37%	87%	69%
Дагестанский республиканский союз организаций профсоюзов	47%	69%	37%	0%	38%
Ивановское областное объединение организаций профсоюзов	63%	71%	72%	79%	71%
Иркутское областное объединение организаций профсоюзов	67%	76%	84%	90%	79%
Калининградское областное объединение организаций профсоюзов	61%	63%	14%	0%	34%
Калужский областной совет профсоюзов	63%	64%	26%	54%	52%
Карачаево-Черкесское республиканское объединение организаций профсоюзов	37%	73%	21%	0%	33%
Краснодарское краевое объединение организаций профсоюзов	72%	61%	56%	48%	59%
Межрегиональное Санкт-Петербурга и Ленинградской области объединение организаций профсоюзов	83%	63%	68%	0%	54%
Магаданский областной союз организаций профсоюзов	47%	45%	0%	0%	23%
Московская Федерация профсоюзов	81%	78%	84%	100% <sup>87</sup>	85%
Московское областное объединение организаций профсоюзов	84%	4%	67%	100% <sup>88</sup>	63%
Мурманский областной совет профессиональных союзов	47%	61%	32%	0%	35%

<sup>87</sup> Выходит еженедельно одна полоса в газете «Солидарность»

<sup>88</sup> Выходит ежемесячно вкладка (4 полосы) в газете «Солидарность»

<b>Организация</b>	<b>Индекс информационного обеспечения и взаимодействия профсоюзов</b>	<b>Индекс состояния сайтов</b>	<b>Индекс работы в социальных сетях</b>	<b>Индекс состояния печатных СМИ</b>	<b>Общий индекс информационной работы</b>
Нижегородский областной союз организаций профсоюзов «Облсовпроф»	88%	60%	0%	79%	57%
Объединение организаций профсоюзов Ярославской области	81%	72%	77%	85%	79%
Пермский крайсовпроф	67%	57%	56%	94%	68%
Профобъединение Республики Алтай	40%	44%	21%	0%	26%
Профобъединение Республики Бурятия	54%	53%	49%	40%	49%
Профобъединение Республики Марий Эл	67%	48%	30%	87%	58%
Псковский областной совет профессиональных союзов	70%	80%	84%	0%	59%
Рязанский областной союз организаций профсоюзов	53%	64%	74%	0%	48%
Сахалинский областной союз организаций профсоюзов	81%	72%	67%	65%	71%
Севастопольское объединение организаций профсоюзов	53%	59%	84%	0%	49%
Смоленское областное объединение организаций профсоюзов	61%	72%	28%	87%	62%
Тамбовское областное объединение организаций профсоюзов	87%	61%	33%	0%	45%
Тульская Федерация профсоюзов	46%	58%	0%	85%	47%
Тюменский областной совет профессиональных союзов	60%	72%	26%	0%	40%
Федерация независимых профсоюзов Крыма	70%	88%	58%	79%	74%
Федерация омских профсоюзов	84%	74%	58%	90%	77%
Федерация организаций профсоюзов Костромской области	81%	73%	54%	90%	75%
Федерация организаций профсоюзов Курской области	70%	64%	47%	90%	68%
Федерация организаций профсоюзов Оренбургской области	72%	68%	86%	90%	79%
Федерация профсоюзных организаций Кировской области	76%	75%	75%	85%	78%
Федерация профсоюзных организаций Кузбасса	58%	71%	77%	92%	75%

<b>Организация</b>	<b>Индекс информационного обеспечения и взаимодействия профсоюзов</b>	<b>Индекс состояния сайтов</b>	<b>Индекс работы в социальных сетях</b>	<b>Индекс состояния печатных СМИ</b>	<b>Общий индекс информационной работы</b>
Федерация профсоюзных организаций Саратовской области	58%	53%	35%	88%	59%
Федерация профсоюзных организаций Томской области	53%	43%	0%	92%	47%
Федерация профсоюзов Амурской области	59%	64%	40%	87%	62%
Федерация профсоюзов Архангельской области	53%	63%	72%	71%	65%
Федерация профсоюзов Брянской области	62%	64%	58%	79%	66%
Федерация профсоюзов Донецкой Народной Республики	47%	59%	46%	0%	38%
Федерация профсоюзов Еврейской автономной области	38%	49%	0%	0%	22%
Федерация профсоюзов Забайкалья	67%	76%	37%	85%	66%
Федерация профсоюзов Кабардино-Балкарской Республики	64%	67%	72%	0%	51%
Федерация профсоюзов Калмыкии	44%	33%	37%	0%	29%
Федерация профсоюзов Камчатки	68%	60%	21%	0%	37%
Федерация профсоюзов Красноярского края	64%	73%	7%	98%	61%
Федерация профсоюзов Курганской области	72%	80%	77%	94%	81%
Федерация профсоюзов Липецкой области	58%	51%	0%	0%	27%
Федерация профсоюзов Луганской Народной республики	50%	52%	35%	83%	55%
Федерация профсоюзов Новосибирской области	69%	65%	70%	92%	74%
Федерация профсоюзов Орловской области	69%	64%	63%	85%	70%
Федерация профсоюзов Пензенской области	43%	66%	58%	0%	42%
Федерация профсоюзов Приморского края	63%	68%	81%	0%	53%
Федерация профсоюзов Республики Адыгея	37%	39%	53%	0%	32%
Федерация профсоюзов Республики Башкортостан	87%	68%	77%	94%	82%
Федерация профсоюзов Республики Мордовия	61%	65%	77%	0%	51%

<b>Организация</b>	<b>Индекс информационного обеспечения и взаимодействия профсоюзов</b>	<b>Индекс состояния сайтов</b>	<b>Индекс работы в социальных сетях</b>	<b>Индекс состояния печатных СМИ</b>	<b>Общий индекс информационной работы</b>
Федерация профсоюзов Республики Северная Осетия-Алания	58%	56%	0%	0%	28%
Федерация профсоюзов Республики Татарстан	76%	78%	53%	92%	75%
Федерация профсоюзов Республики Хакасия	49%	56%	54%	0%	40%
Федерация Профсоюзов Ростовской области	73%	64%	54%	83%	69%
Федерация профсоюзов Самарской области	83%	75%	91%	92%	85%
Федерация профсоюзов Свердловской области	82%	63%	74%	88%	77%
Федерация профсоюзов Ставропольского края	89%	69%	33%	75%	67%
Федерация профсоюзов Удмуртской Республики	72%	47%	51%	85%	64%
Федерация профсоюзов Ульяновской области	52%	70%	47%	0%	42%
Федерация профсоюзов Челябинской области	94%	71%	75%	88%	82%
Федерация профсоюзов Чеченской Республики	70%	68%	60%	0%	49%
Федерация Тверских профсоюзов	48%	65%	30%	0%	36%
Хабаровское краевое объединение организаций профсоюзов	63%	70%	82%	0%	54%
Чувашское республиканское объединение организаций профсоюзов «Чувашрессовпроф»	64%	43%	40%	85%	58%