

# **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>3</b>
<b>1. Информационное обеспечение и взаимодействие .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Информационные ресурсы .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Печатные издания .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2. Сайты .....</b>	<b>9</b>
<b>2.3. Социальные сети .....</b>	<b>12</b>
<b>3. Информационная структура и ее кадровое обеспечение.....</b>	<b>16</b>
<b>4. Цифровая зрелость. Методика оценки цифровой зрелости профсоюзной организации .....</b>	<b>17</b>
<b>Комментарий Департамента Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения .....</b>	<b>24</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>1</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>2</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>	
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

<sup>1</sup> Актуализировано после принятия решения Генерального совета ФНПР от 24.11.2021 № 10-5 «Об информационной политике и цифровизации работы профсоюзов»

<sup>2</sup> Финансирование реализации информационной политики должно составлять не менее 5% от бюджета на каждом из уровней профсоюзной структуры

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>3</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 информационную работу	1 – есть; 0 – нет
<b>Информационное взаимодействие</b>	
Информационные кампании <sup>4</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>5</sup> для профсоюзной деятельности	1 – широко используются; 0,5 – редко используются; 0 – не используются
Информация от вышестоящих профсоюзных организаций	1 – поступает регулярно <sup>6</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>7</sup>	1 – имеется, обновляется не реже 1 раза в квартал; 0,5 – имеется, обновляется реже 1 раза в квартал; 0 – не имеется

<sup>3</sup> В зависимости от уровня профсоюзной организации – в трехсторонних и двусторонних соглашениях, коллективных договорах

<sup>4</sup> Организация информационных кампаний, участие в проведении кампаний в защиту прав профорганизаций и активистов, в поддержку акций солидарности профсоюзов и, в целом, ФНПР

<sup>5</sup> В контексте обследования - смс- и почтовые рассылки, лэнды, воронки, а-в-тесты страниц, формирование трафика через таргетированную рекламу и т.п.

<sup>6</sup> Регулярно – для уровня взаимодействия ФНПР – Профсоюз/ТООП – еженедельно; Профсоюз/ТООП – терком – еженедельно; Терком – ППО – еженедельно

<sup>7</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)

	или не обновляется
База контактов профсоюзных активистов <sup>8</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
Чат профсоюзных руководителей <sup>9</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>10</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.**

Параметр	Оценка
<b>Профсоюзное издание</b>	
Наличие собственного печатного издания	1 – есть; 0 – нет
Распространение	1 – по подписке; 0 – свободное распространение

<sup>8</sup> База содержит личные телефоны и личные адреса электронной почты

<sup>9</sup> Для Профсоюза/ТООП – чат председателей теркомов, для теркомов – чат председателей ППО, для ППО – чат профгруппиров (цехкомов)

<sup>10</sup> Система ЭДО подразумевает кроме пересылки документа в электронном виде систему сбора, хранения и анализ информации о действиях с этими документами, систему контроля сроков

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>11</sup> ; 0,5 – частично; 0 – нет
Комментарии экспертов	1 – есть <sup>12</sup> ; 0 – нет
Структурная организация текста	1 – материалы издания структурно подготовлены и проработаны <sup>13</sup> ; 0 – материалы издания не имеют четкой структуры
Информативность	1 – материалы информативны <sup>14</sup> ; 0,5 – ограниченно информативны <sup>15</sup> ; 0 – не информативны
Качество текста	1 – тексты качественные <sup>16</sup> ; 0,5 – не вполне качественные <sup>17</sup> ; 0 – не качественные <sup>18</sup>
Читаемость материалов	1 – материалы читаемы <sup>19</sup> ; 0,5 – затрудненные <sup>20</sup> ; 0 – не читаемы <sup>21</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

<sup>11</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>12</sup> Наличие в материалах издания комментариев от профлидеров по актуальным социально-экономическим/отраслевым/региональным проблемам

<sup>13</sup> Наличие заголовков, подзаголовков, врезов, лидов

<sup>14</sup> Материалы содержат свежие новости, цифры, аналитику, рассказывают об обновлениях в федеральном/отраслевом/ региональном законодательстве, анализируют работу профсоюза/ территориального профсоюзного объединения/ профсоюзной организации

<sup>15</sup> Содержат часть информации из перечисленного выше списка

<sup>16</sup> Материалы издания не содержат грамматических, орфографических, стилистических ошибок

<sup>17</sup> В отдельных материалах издания найдены грамматические, орфографические, стилистические ошибки

<sup>18</sup> Большинство материалов издания содержат грамматические, орфографические, стилистические ошибки

<sup>19</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>20</sup> В материалах издания встречаются излишние элементы, затрудняющие восприятие текстов

<sup>21</sup> Многочисленные элементы, затрудняющие восприятие текстов в материалах издания

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
<b>Дизайн, верстка и оформление издания</b>	
Верстка выполнена по модульной сетке <sup>22</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>23</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>24</sup>	1 – да; 0 – нет
Указаны контактные данные издания <sup>25</sup>	1 – да; 0 – нет

<sup>22</sup> Тексты и графические элементы на своих местах, в разных колонках строки идут по одной линии. Границы графики совпадают с границами текстовых колонок

<sup>23</sup> Фотографии, карикатуры, элементы инфографики и т.п.

<sup>24</sup> Название издания, год и номер выпуска, тираж, состав редакции



<b>Подписка на профсоюзные СМИ<sup>26</sup></b>	
Подписка на газету «Солидарность»	1 – норма выполняется полностью <sup>27</sup> ; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется
Подписка на «Профсоюзный журнал»	1 – норма выполняется полностью <sup>28</sup> ; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется
Подписка на отраслевое/территориальное профсоюзное издание (при наличии)	1 – норма выполняется полностью <sup>29</sup> ;; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется
Обеспечение членов профсоюза собственным СМИ	1 – норма выполняется полностью <sup>30</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
<b>Структура сайта</b>	
Структура сайта в целом	1– проста, понятна, отражает деятельность профсоюзной организации; 0 – не соответствует рекомендациям <sup>31</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>25</sup> Телефон, электронная почта, страницы в социальных сетях, каналы в мессенджерах

<sup>26</sup> Оценивается на основании опроса оцениваемой организации

<sup>27</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

<sup>28</sup> Не менее одного экземпляра на структурную организацию

<sup>29</sup> Нормы устанавливаются выборным органом учредителя

<sup>30</sup> Нормы устанавливаются выборным органом учредителя

<sup>31</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 узкопрофессиональных, 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
<b>Значимые элементы</b>	
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>32</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; 0 –отсутствуют
Актуальность <sup>33</sup>	1 – соответствует рекомендациям; 0,5 – частично; 0 – не соответствует
Персональные данные	1 – соответствует рекомендациям <sup>34</sup> ; 0,5 – частично; 0 – отсутствует

<sup>32</sup> Недопустима подмена структуры профсоюзной организации структурой ее аппарата

<sup>33</sup> Проверяются материалы по всем разделам сайта, частота постинга новостей, работа ссылок и актуальность контактов

<sup>34</sup> Размещена политика конфиденциальности и информирование о том, что на сайте используются файлы cookies. Сайт снабжен SSL-сертификатом

<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
<b>Новости</b>	
Принцип «одно событие – одна новость»	1 – соблюдается; 0,5 – частично; 0 – не соблюдается
Логика построения текстов	1 – соблюдается <sup>35</sup> ; 0,5 – частично; 0 – не соблюдается
Структура текста	1 – присутствуют заголовок, лидер-абзац (расшифровка новостного повода), текст (3-7 абзацев), дата и источник (при наличии); 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

<sup>35</sup> Текст новости явно отвечает на вопросы «Кто?», «Что?», «Когда?», «Где?», «Почему?», «Как и почему именно сейчас и здесь?»

<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>36</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>37</sup> ; 0,5 – частично обеспечен; 0 – не обеспечен
Доступ к администрированию	1 – безопасен <sup>38</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>39</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

### 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.**

<sup>36</sup> Оценивается через анкетирование оцениваемой организации

<sup>37</sup> Просмотр журналов безопасности должен быть в явном виде закреплён в должностных обязанностях лица, являющегося администратором сайта

<sup>38</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>39</sup> Система управления сайтом безопасна, если она:

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

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>40</sup> ; 0.5 – если частично отвечает требованиям; 0 – если нет
Хэштеги <sup>41</sup>	1 – если присутствуют; 0 – если нет
Разнообразие форматов <sup>42</sup> контента	1 – если есть; 0 – если нет
Разнообразие тематики <sup>43</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
Актуальность информации на странице	1 – информация актуальная везде <sup>44</sup> ; 0.5 – если частично; 0 – если вся устаревшая
Реакции <sup>45</sup>	2 – свыше 6%; 1 - от 3,5% до 6%; 0,5 - от 1% до 3,5%; 0 - менее 1%

<sup>40</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>41</sup> Использование хэштегов организации, а также общепрофсоюзных по направлениям деятельности, например: #профсоюзы #социальноепартнерство #охранатруда

<sup>42</sup> Варианты форматов контента: статья, опрос, мем, инфографика и т.п.

<sup>43</sup> Не только о проведенных мероприятиях

<sup>44</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>45</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

Комментарии	1 – если включены и получают ответ/модерацию <sup>46</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>47</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
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

<sup>46</sup> Комментарии не остаются без ответа, если того требуют.

Проводится работа с негативными комментариями – либо на них отвечают, либо они модерируются

<sup>47</sup> Критерии те же, что для официальных страниц

<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>48</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 членской организации ФНПР	1 – если есть; 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>49</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

<sup>48</sup> Разнообразный контент о работе организации, увлечениях, семье, а не только репосты из профсоюзных сообществ или личный контент.

<sup>49</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

### 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>50</sup>	1 – сформирована структура; 0,5 – поручено активисту или штатному специалисту (по совместительству с иной деятельностью); 0 – отсутствует
Базовая подготовка	1 – обеспечена <sup>51</sup> ; 0,5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечена
I уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>52</sup> ; 0,5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечен
II уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>53</sup> ; 0,5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечен
III уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>54</sup> ; 0,5 – не в полном объеме; 0 – не обеспечен
IV уровень профсоюзного образования	1 – обеспечен <sup>55</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>50</sup> пресс-центр, пресс-служба, пресс-секретарь, отдел (департамент), или информационный работник, в чьи задачи входит только информационная работа

<sup>51</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>52</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>53</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>54</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>55</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

##### Методическое обоснование

Этапы цифровой трансформации приведены на рисунке 1.1.

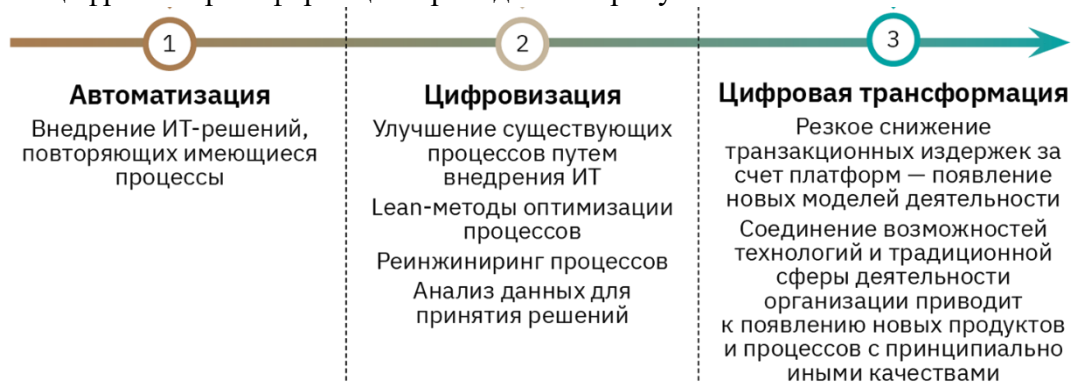


Рис. 1.1. Этапы цифровизации процессов <sup>56</sup>

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 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

<sup>56</sup> См. «Комментарий Департамента Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения». С.23.

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.

<b>1</b> Организационная культура	Уровень организационной культуры, поддерживающей процессы постоянного совершенствования и инноваций, управления изменениями
<b>2</b> Кадры	Соответствие персонала компетенциям госслужащего, необходимого для успешной работы в условиях цифровой экономики
<b>3</b> Процессы	Применение практик процессного управления: методы оптимизации процессов, бережливое производство, дизайн-мышление. Анализ, мониторинг и постоянное обновление процессов
<b>4</b> Продукты	Анализ существующих продуктов и деятельности с ними. Продукт – решение потребности пользователя, несущее в себе ценность для последнего
<b>5</b> Модели аналитики	Постоянное обновление моделей, их валидность и включенность в процессы деятельности
<b>6</b> Данные	Доступ к необходимым данным в режиме реального времени с обеспечением необходимого уровня безопасности. Полнота и качество данных для принятия решений
<b>7</b> 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
<b>Организационная культура</b>	
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 получения заданий?	0 - сотрудники получают задания устно; 1 - сотрудники получают задания по электронной почте, 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
<b>Кадры</b>	
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 программное обеспечение?	0 - сотрудники могут выполнять свою работу без использования прикладных компьютерных программ; 1- требуется знание прикладных компьютерных программ; 2- сотрудники работают с большими объемами данных 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>57</sup>	
Каким образом происходит процесс работы над задачами в организации?	<p>0 - регулярные разнородные задачи хаотически распределяются руководителями по подразделениям /исполнителям;</p> <p>1 - 90% задач можно отнести к тому или иному 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>
Каким образом происходит распределение обязанностей при реализации процессов?	<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>
Как выстроена система планирования работы?	<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>
Каким образом выстроена коммуникация между подразделениями организации?	<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 руководителей</p>
Каким образом выстроено взаимное информирование между подразделениями организации?	<p>0 - подразделения ведут свои направления самостоятельно, не оповещая коллег;</p> <p>1- подразделения оповещаются о соседних процессах по решению руководителя;</p> <p>2- выстроена система оповещения о всех процессах, проходящих в организации;</p> <p>3- выстроена с применением средств автоматизации система оповещения всех подразделений о всех процессах в организации, их сроках и стадии</p>

<sup>57</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)

	исполнения.
<b>Продукты</b> <sup>58</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 ситуации и формируются первичные требования к продукту, исследуется целевая аудитория, происходит генерация идей с использованием инструментов командной работы
<b>Модели аналитики</b>	
При подготовке стратегических решений выборных органов применяются:	0 - только методы дескриптивной аналитики <sup>59</sup> ; 1 - методы диагностической аналитики <sup>60</sup> ; 2 - методы предикативной аналитики <sup>61</sup> ; 3 - методы предписывающей аналитики <sup>62</sup>

<sup>58</sup> Под продуктом в контексте исследования понимается оформленный результат деятельности: выпущенный документ, реализованное мероприятие, созданный сервис

<sup>59</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>60</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>61</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>62</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

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
<b>Данные</b>	
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; 3 - созданы карты данных <sup>63</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>64</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
<b>Цифровые инструменты обработки данных</b>	
Из числа внутренних цифровых сервисов в организации	0 – цифровые сервисы не используются; 1 - «озеро данных» <sup>65</sup> + система поиска по нему <sup>66</sup> ; 2 - помимо указанных ранее, используется паспорт объекта обработки данных <sup>67</sup> ; к работе сервисов применен риск-ориентированный подход <sup>68</sup> и

<sup>63</sup> Карта данных – в контексте данного исследования – документ, визуализирующий структуру используемых данных, их источники, может содержать информацию о системе накопления и обработки

<sup>64</sup> Пример: загрузка новостей ЧО на сайт ФНПР через RSS –ленту – база новостей сайта ФНПР в этом случае пополняется автоматически.

<sup>65</sup> «Озеро данных» - хранилище данных, хранящихся в естественном/необработанном формате, например – общая локальная сеть или сервер

<sup>66</sup> Например, на сервере организации есть поиск по тексту документов формата PDF

используются	<p>визуализация аналитики<sup>69</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>70</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 в ручную 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.

Важной особенностью является то, что проекты цифровизации требуют неизбежной трансформации картины мира лидера процесса в сторону управления через цифру. Способа

<sup>67</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>68</sup> Риск-ориентированный подход – метод, при котором решения принимаются на основе анализа состояния, рисков и инцидентов, их последствий.

<sup>69</sup> Например, статотчетность анализируется по графикам, а не по таблицам.

<sup>70</sup> Примером такой системы могла бы быть доступность в личном кабинете ФНПР для членских организаций рекомендаций по включению тех или иных пунктов в колдоговора на конкретных предприятиях, построенных нейросетью, анализирующей коллективные договора в сумме с данными статотчетности.



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»).