

Лучшая практика: Снижение потери времени методиста на взаимодействие с участниками конкурса.

ОПИСАНИЕ ПРОБЛЕМЫ:

Нерациональные трудозатраты методиста на рутинные операции, снижающие эффективность организации конкурса и качество работы с участниками. Рассмотрим типовые ситуации:

1. Методист тратит 2-3 недели на обработку 150 заявок.

Пример:

Участник из Тарского района отправил видеоработу, но забыл приложить согласие на обработку персональных данных. Методист 3 дня пытается дозвониться, но родитель недоступен. Происходит потеря рабочего времени методиста и, как результат, снижение количества работ участвующих в конкурсе.

2. Методист тратит время на печать и рассылку 150 сертификатов, что занимает 5 рабочих дней.

Пример:

После подведения итогов методист вручную заполняет шаблоны, печатает на принтере (4 пачки бумаги), подписывает у директора, осуществляют рассылку в муниципальные образования в 33 муниципалитета. Ошибка в фамилии участника требует переделки 10 сертификатов.

3. Методист на просмотр 150 видео тратит около 3 недель вместо плановых 5 дней.

Пример: Видео «Казачья пляска» от студии «Родничок»:

- формат .MOV (не читается плеером);
- длительность 25 мин (при лимите 5 мин);
- звук заглушен шумом ветра;
- файл прислан без названия: «VID_20240501_123456.mp4».

| ПРОБЛЕМА | ПРИЧИНА |
|--|--|
| 2. Процесс обработки заявок на конкурс осуществляется несколько недель, т.к. происходит потеря времени на созвон с участниками конкурса на предмет неполного исполнения требований участия в конкурсе | 1.Отсутствие полного комплекта конкурсных документов (заявка от учреждения, заявка в ГИС «Навигатор» от родителей обучающихся, согласие на обработку персональных данных, ссылка или видеофайл с конкурсной работой) 2. Авторы конкурсных работ забывают пароль от личного кабинета или забывают, как выполнить регистрацию в ГИС Навигатор |
| 3. Ограниченные сроки и потеря времени методиста на оценку (формат видео-ориентация, разрешение, качество изображения и звукового сопровождения, длительность ролика, содержание) конкурсных работ в формате видео | Отсутствие требований в Положении по критериям предоставления конкурсных материалов (название файла, формат видео/аудио) |
| 11. Потеря времени методиста на распечатывание сертификатов всем участникам мероприятия, последующую рассылку в муниципальные образования | В Положении о конкурсе прописано обязательная рассылка сертификата, подтверждающего участие в конкурсе. |
| РЕШЕНИЕ 1 | |

Региональному ресурсному центру организовать проведение инструктивно-методических вебинаров с муниципальными учреждениями по следующим темам:

1. Разъяснение требований предоставления полного пакета документов:
 - заявка от учреждения;

- заявка в ГИС «Навигатор» от родителей обучающихся;
- согласие на обработку персональных данных.

Разработали памятку для пользователей ГИС «Навигатор» о том, как зарегистрироваться и подать заявку на мероприятие.



Рисунок 1 Пример памятки для пользователей ГИС "Навигатор" о том, как подать заявку на мероприятие.

Результат: сокращение времени на подачу заявок – участники смогут ознакомиться с алгоритмом подачи заявки на мероприятие в ходе ознакомительного вебинара, что позволит устранить возможные проблемы технического характера.

2. Разъяснение требования к предоставлению творческих работ в соответствии с темой и номинациями конкурсов;
3. Обратит внимание о времени обращения за консультативной помощью – в любое время можно писать в чат-бот (Телеграмм, Мах), если не удалось получить необходимую информацию, то:
 - в рабочее время организации (по телефону или в чат «Сфера»);
 - вне рабочего времени на официальную почту.
4. О выполненном запросе в адрес разработчика ГИС «Навигатор» о необходимости восстановления учётной записи посредством номера сотового телефона в случае забытия логина и пароля участника.

РЕШЕНИЕ 2

Разработали Положение о конкурсе, включающее подробные требования к структуре и содержанию конкурсного материала по каждой номинации, а также шаблон/ пример представления конкурсного материала.

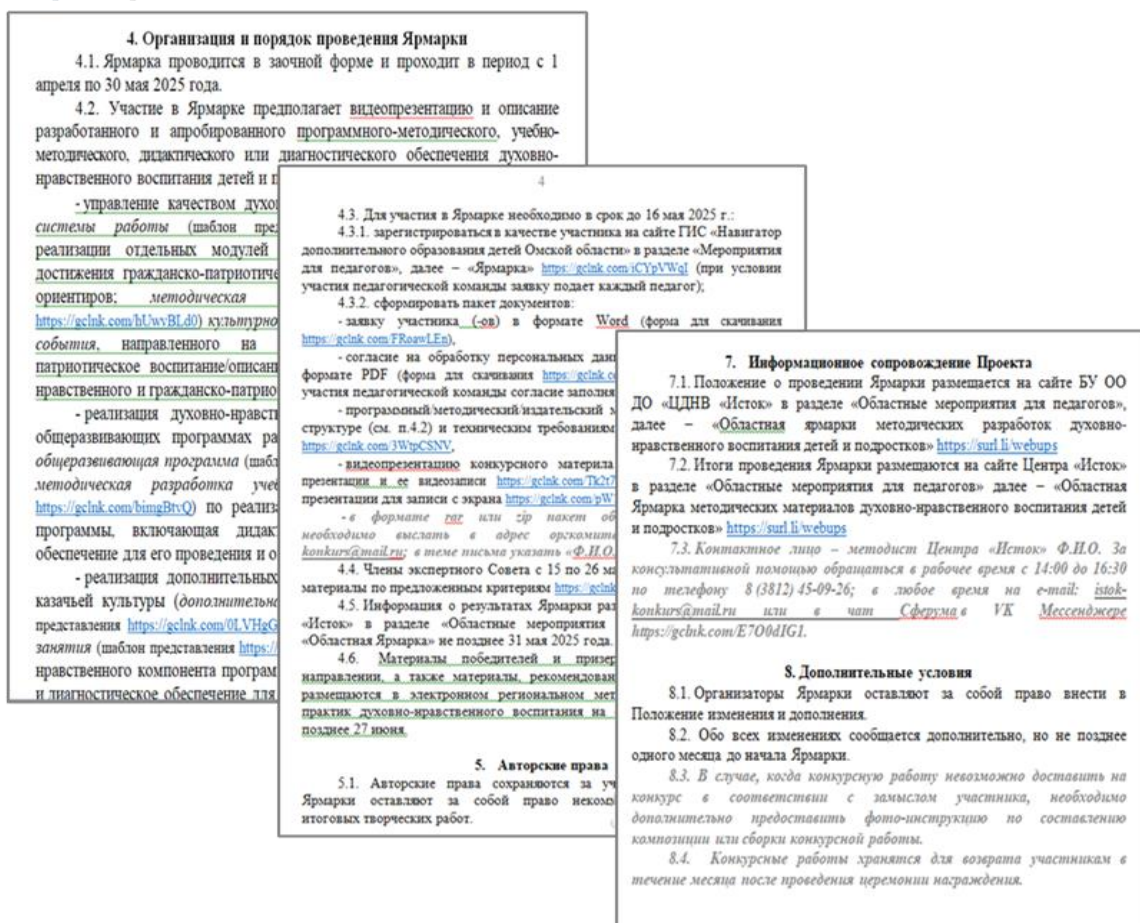


Рисунок 2 Пример описания Положения и вставка электронных ссылок на шаблоны для заполнения

Основные изменения:

- каждый из документов и материалов обязательного перечня для участия в конкурсе представлен в шаблоне для заполнения (прямая ссылка);
- в раздел «Информационное сопровождение Конкурса» внесен дополнительный пункт о способах и времени обращения участников конкурса за консультативной помощью (в рабочее время с 14:00 до 16:30 по телефону; во вне рабочее время на указанную e-mail или в чат «Сфера» по указанной ссылке).

Результат:

- сокращение времени потенциальных участников Конкурса на поиск нужного приложения;
- сокращение времени потенциальных участников для оформления обязательных документов и конкурсного материала по каждой номинации;
- сокращение времени методиста в работе с конкурсным материалом;
- повышение уровня удовлетворенности участников организацией конкурса.

РЕШЕНИЕ 3

Для снижения трудозатрат методиста на созвон и общение по телефону с участниками конкурса разработали чат-бот для работы в мессенджере «Телеграм», который может отвечать на типовые вопросы и работать по графику 24 часа 7 дней в неделю.

Достоинство цифрового помощника:

- чат-бот «Исток – виртуальный помощник» создан, чтобы помочь методистам в консультировании участников конкурса и включает перечень часто задаваемых вопросов и ответы на них;

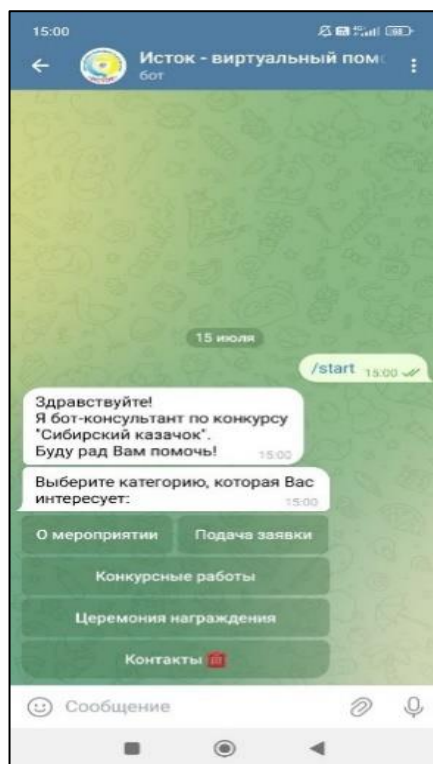


Рисунок 3 Пример чат-бота, разработанного в мессенджере «Телеграм»

- чат-бота можно редактировать и к нему составлена видеоинструкция по работе на платформе и не требует навыков программирования.

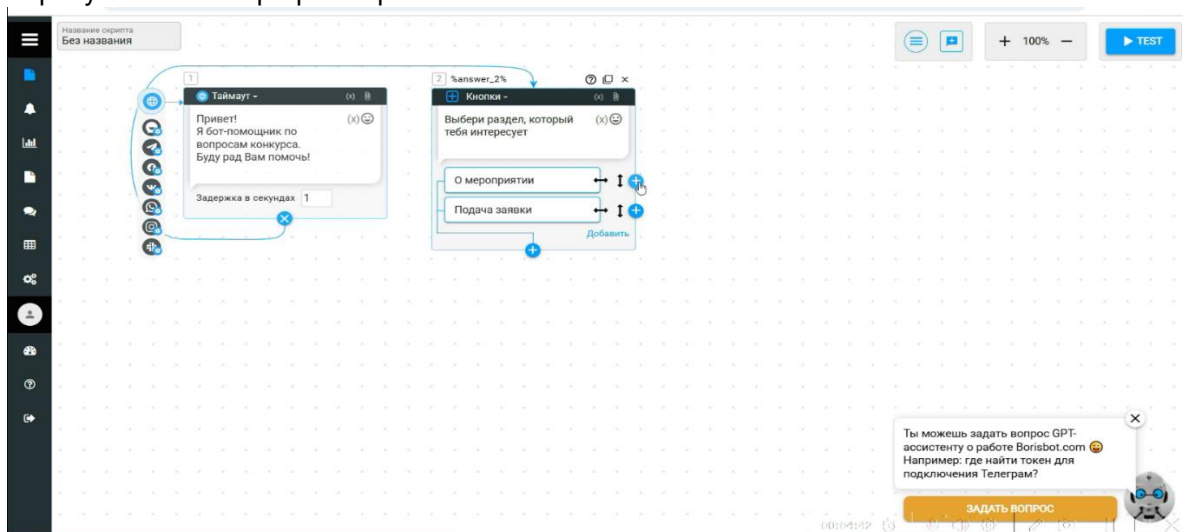


Рисунок 1 Рисунок 4 Фрагмент видеоинструкции по созданию чат-бота в «Телеграм».

Для тиражирования опыта разместили видеоинструкцию «Как создать простой чат-бота на платформе «Телеграм» на российском онлайн-сервисе для хостинга и просмотра видео [Rutube¹](#), в качестве альтернативы сейчас появилась возможность создавать чат-бота на платформе «MAX», алгоритм создания тот же, но в качестве мессенджера из предлагаемого списка выбирайте MAX. В MAX на текущий момент есть небольшие отличия в отображении информации в сравнении с Телеграм, имеются небольшие недочеты в работе, но функционал постоянно дорабатывается и улучшается. Видеоинструкцию по настройке

¹ Для перехода к описанному материалу, необходимо подвести курсор мыши к выделенному слову нажать клавишу CTR и щелкнуть левой клавишей мыши

чат-бота на платформе «МАХ» можно посмотреть, перейдя по ссылке [«Как сделать чат-бота в мессенджере МАХ»](#)



Рисунок 5 QR-код для перехода на видеонструкцию по созданию бота в «Телеграм»



Рисунок 6 QR-код для перехода на видеонструкцию по созданию бота в «МАХ»

Результат: высвобождение времени методиста в количестве 1 рабочего дня.

РЕШЕНИЕ 4

С целью снижения времени методиста и членов жюри на оценку конкурсных видеоработ за счет повышения у участников конкурса навыков создания качественного видео по всем критериям: формат, разрешение, качество изображения и звука, длительность и содержание ролика, разработали подробное описание требований и критериев для Положения о мероприятии/конкурсе к конкурсным видеофайлам с примерами.

| Требования и критерии оценки конкурсной работы: | |
|---|--|
| <p>1. Разрешение: не менее Full HD (1920x1080 пикселей)</p> <ul style="list-style-type: none"> Разрешение - это четкость картинки. Чем больше цифры, тем детальнее изображение. Ваше видео должно быть очень четким, как на хорошем современном телевизоре. Как проверить/настроить: <ul style="list-style-type: none"> В смартфоне: зайдите в настройки камеры -> "Разрешение виде" или "Качество видео". Выберите 1080p (Full HD) или 1080p/30fps/30fps. Или выберите 720p (HD) - этого мало. Если есть 4K (2160p) - можно выбрать в нем (ово лучше), но главное убедиться, что финальный файл соответствует требованиям (разрешение можно уменьшить при монтаже). В камере/видеокамере: найдите меню качества запи. Выберите FHD, 1080p, 1920x1080. Как проверить/настроить: выберите правой кнопкой мыши файл видео -> «Свойства» -> вкладка «Подробно». Найдите строку «Разрешение» и «Высота». Должно быть 1920 и 1080 или больше. Пример видео, снятое в 720p, будет выглядеть размытым большим экраном. Full HD - это стандарт четкости для конкурсов. <p>2. Формат: 16:9 (горизонтальная ориентация)</p> <ul style="list-style-type: none"> Формат - это соотношение ширины и высоты кадра. 16:9 - форма современного телевизора или монитора, широкий прямоугольник. Снимайте горизонтально (ландшафт), а не вертикально (портрет). Ва видео должно заполнить весь экран телевизора без черных полос по бокам. Как проверить/настроить: <ul style="list-style-type: none"> Всегда держите камеру/смартфон горизонтально (боком) и снимайте видео! Это самое главное правило. Кнопка регулировки громкости должна быть сверху или снизу. В видеоредакторах: убедитесь, что соотношение сторон для видео установлено 16:9 (обычно это стандарт для Full HD и выше). Избегайте реального типа «кадры» (1:1) или «большой кадр» (4:3 как старый телевизор). Пример видео, снятое вертикально, при просмотре экраном будет отображаться с огромными черными полосами слева и справа - выглядеть непрофессионально. <p>3. Частота кадров - не менее 25 кадров в секунду (25 fps)</p> <ul style="list-style-type: none"> Частота кадров - это количество отдельных картинок (кадров) показываемых за одну секунду. Чем больше, тем плавнее движение. Ваше видео не должно дергаться или выглядеть как слайд-шоу. Движение должно быть плавным. Как проверить/настроить: <ul style="list-style-type: none"> В смартфоне в настройках видео рядом с разрешением (1080p) обычно есть выбор частоты кадров: 25/30fps или 60fps. Выберите 25fps (или 30fps, если есть). Этого достаточно. 60fps тоже подойдет (но для видео). В камере/видеокамере найдите настройку "Frame rate", "Частота кадров". Установите 25, 30 или 30/60 fps. Как проверить/настроить: как в пункте строку "Скорость кадров" или "Frame rate". Должно быть 25, 30, 50 или 60. Пример старые веб-камеры иногда снимают в 15fps - видео выглядит равным, неестественным. 25/30fps - стандартный план для ТВ и кино. <p>4. Продолжительность: не более 3 минут (180 секунд)</p> <ul style="list-style-type: none"> Это общая длина вашего видео от начала до конца. Ваш ролик должен быть коротким и емким. Уложитесь в 3 минуты. Как проверить/настроить: <ul style="list-style-type: none"> При монтаже любая программа для монтажа (даже простая: iMovie, Movie Maker, Camtasia, iMovie) показывает длительность с точностью. Следите, чтобы цифра в конце не превышала 3 минуты 00 секунд. Лучше 2:55, чем 3:01. Перед отправкой: дважды проверьте длину финального файла, свойства файла или при просмотре/записи. Пример: если ваше видео длится 3 минуты 5 секунд, его могут признать не соответствующим или снять с сайта. Цените время жюри! <p>5. Качество изображения: четкость, отсутствие дефектов</p> <ul style="list-style-type: none"> Картинка должна быть резкой, не размытой, без "шумов" (не точек, особенно в темноте), артефактов скачки (квадратная дилемма), перепадов (белые провалы) или искажений (сильно темные). Снимайте так, чтобы все было хорошо видно и не было в глаза. Как проверить/настроить: <ul style="list-style-type: none"> Хорошее освещение: снимайте при ярком естественном свете (или с дополнительными источниками света) - насыщенные и сочные цвета. Избегайте света: против света (оно залезает) - об будет темные силуэты. Чистый объектив: протрите камеру смартфона или объектив на перед объектив! Фокус: наведите на экран смартфона/камеры на главный объект съемки, чтобы он стал четким. Следите, чтобы фокус не "плыл" и стабилизировался. Используйте штатив или подставку (стола и др.). Дрожание видео - это дефект. Если снимаете с рук - держите крепко, прислонившись к стене. Настройки камеры: если есть возможность, выберите самое высокое качество записи (битрейт) в настройках. Избегайте слияния кадров стабилизации, если она делает картинку "желеобразной". Пример видео, снятое в темной комнате на дрожание руки фокуса, будет мутным, шумным и неразборчивым - это не про! <p>6. Звуковое сопровождение: чистота, разборчивость, нормальная громкость</p> <ul style="list-style-type: none"> Речь должна быть кристально чистой и громкой (но не перегружающей). Без фоновой шума (ветер, гул, шипение), треска, искажений. Ваше видео должно быть отлично слышимым, а посторонние звуки отсутствовать. Как проверить/настроить: <ul style="list-style-type: none"> Снимайте в максимально тихом помещении. Выключите телевизоры, телефоны, закройте окна. Используйте внешний микрофон, если возможно! Даже недорогой внешний микрофон даст гораздо лучший звук, встроенный. Держите смартфон/камеру ближе к говорящему. Защита от ветра: если снимаете на улице используйте ветрозащиту (пен-фильтр) на микрофон. Проверка уровня: перед основной съемкой сделайте пробную запись на 10-20 секунд. Прослушайте в наушниках: речь должна быть на средней (уровень в программе монтажа не должен зашкаливать красную зону), шумов должно быть мало. Монтаж звука в простой программе монтажа: усильте тихую (найдите эффект "Усиление" или "Нормализация"). Установите уровень так, чтобы пики не зашкаливали, уберите шум (найдите эффект "Подавление шума"). Запишите 1-2 секунды "тишины" (фоновый шум) перед речью или музыкой, чтобы программа могла убрать артефакты. Примените эффект ко всей дорожке с речью/музыкой/звуками, а не только к речевой дорожке! Пример видео с отличной картинкой, но где на шумном фоне пики и мерца не слышно слов диктора, не пройдет по требованиям. <p>7. Речь: четкость, интонационный русский язык</p> <ul style="list-style-type: none"> Все, что говорит, ясно и четко слышно на каждом слове, должно быть на правильном русском языке (без грубых ошибок, сленга, сленга, сленга) и слышно понятно на слух. Говорите громко, четко, разборчиво на литературном русском языке. Как добиться: <ul style="list-style-type: none"> Дважды проговорите текст заранее. Артикулируйте четко и громко. Скорость: не говорите слишком быстро. Дайте зрителю услышать слово. Язык: избегайте разговорной лексики, жаргонизмов, сленга и сленга. Помощь: если не уверены в тексте, напишите сценарий. Если уверены в своем произношении, попросите помочь того, кто говорит четко. Субтитры (опционально, но полезно): если есть важная информация или акцент, добавьте в монтаж четкие, легко читаемые субтитры. Они не заменяют требования к звуку. <p>8. Содержание: соответствие теме</p> <ul style="list-style-type: none"> Сюжет видео должен быть по теме конкурса, логичным и законченным. Строго запрещено использовать: <ul style="list-style-type: none"> Промо-видео/музыку без разрешения (нарушение авторских прав). Некорректную лексику. Сленг, насилие, жестокости. Промо-видео/музыку без разрешения (нарушение авторских прав). Делайте видео по теме, своим силам, знаниям, культуре, свободой эстетическим и моральным ценностям. Как добиться: <ul style="list-style-type: none"> Посмотрите сценарии с темой конкурса. Каждый фрагмент видео должен работать на ее раскрытие. Используйте только видео/фото, снятые вами лично. Перед отправкой еще раз просмотрите видео и спросите себя: "Соответствует ли ВСЕ содержанию теме? Повторяет ли основная мысль?". Пример видео на тему "Экология", где в содержании человек просто рассказывает про красивые цветы, не будет принято, так как не соответствует теме. <p>Критерии оценки работ участников:</p> <p>Максимум баллов: максимум 30 баллов (по 3 за каждый из 6 критериев).</p> <p>1. Соответствие творческой работы тематике номинации (0-5 баллов).</p> <p>Ваше видео должно быть про то, о чем заявлено в конкурсной номинации.</p> <p>Примеры: <ul style="list-style-type: none"> «Хорошо» (5 баллов): номинация "Экология родного края". Видео показывает местную реку, проблемы с мусором, усилия волонтеров по очистке, интервью с местными жителями о важности чистоты. Все про экологию именно этого места. «Плохо» (0-2 балла): за же номинация. Видео красиво снято про архитектуру города или про спортивные достижения местной команды, но про экологию упоминается только в начале или конце, мимолетно. Или видео про экологию Алмазника, а не "родного края". «Соответствие материал основным компонентам замысла (идеи и жанры видеоматериала)» (0-5 баллов). </p> <p>То, что вы задумали (ваша идея, стиль, жанр), должно совпадать с тем, что получилось на экране.</p> <p>Если вы задумали "документальный фильм" - видео должно и выглядеть таким образом (интервью, факты, хроники). Если "социальная реклама" - оно должно быть коротким, ярким, с четким призывом. Если "игровой жанр-фильм" - должен быть история, актеры (даже непрофессиональные).</p> <p>Примеры:</p> | |

Рисунок 7 Пример требований и критерии оценки конкурсных работ

Цель разработки критериев для конкурсных работ: создать универсальное «коробочное решение» для оценки творческих работ, которое:

- стандартизирует требования ко всем участникам;
- автоматизирует отбор качественных материалов;
- сокращает ручной труд методиста на 60-80%.

Какие проблемы решают критерии:

1. Устранение «ручного фильтра» брака

Было: Методист тратит часы на проверку *базовых параметров* (разрешение видео, длительность, звук).

Пример: из 100 работ 40 – брак: *вертикальное видео, тихий звук, формат .mov. Методист вручную пишет каждому, как исправить.*

Стало: Участники сами проверяют работы по чек-листу перед отправкой.

2. Ликвидация времени на техподдержку

Было: 30% рабочего времени методиста уходит на консультации:

«Как уменьшить видео?», «Почему не загружается?», «Как добавить субтитры?»

Стало: В критериях есть **понятные инструкции со скриншотами** (например, как выставить 1080p в смартфоне).

3. Ускорение судейства

Было: Жюри тратит 3 недели на просмотр, потому что:

- 50% роликов не соответствуют теме;
- 30% – с плохим звуком;
- 20% – превышают длительность.

Стало: Жюри оценивает **только работы, прошедшие «технический фильтр»**.

🕒 Пример расчета экономии времени (на 100 работ)

| Этап | Без критериев | С критериями | Экономия |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|------------|
| Проверка технических требований | 20 часов | 2 часа | 90% |
| Консультации участников | 15 часов | 3 часа | 80% |
| Оценка жюри | 40 часов | 25 часов | 37.5% |
| Итого | 75 часов | 30 часов | 60% |

Выгоды для методиста:

1. **«Одноразовая» разработка**
 - создал критерии 1 раз → используешь для всех конкурсов.
2. **Самофильтрация участников**
 - 70% ошибок отсекаются **до** отправки в «Исток».
3. **Четкая схема для жюри**
 - Оценка по баллам (а не «нравится/не нравится») → объективность + скорость.
4. **Юридическая защита**
 - Прозрачные критерии → меньше жалоб и споров.
5. **Фокус на качестве**
 - Методист тратит время не на технические проблемы, а на:
 - анализ содержания работ;
 - программу награждения;
 - развитие конкурса.

Идеальное состояние данного процесса:

- Участники загружают работы через **автоматизированную платформу** (например, на базе ГИС «Навигатор»).
- Система **сама проверяет** (Пример автоматизации:

Видео длиной >3 мин? → автоотклонение.

Разрешение <1920x1080? → автоуведомление: «Исправьте качество»):

- Разрешение → ✓
- Длительность → ✓
- Формат → ✓

- Методист получает **готовый пакет работ** для передачи жюри.

Полный формат критериев размещен в [Приложении №4](#)

Результат:

- сокращение времени на оценку более 30%;
- улучшение качества предоставляемых видеоматериалов;
- рост удовлетворенности жюри и участников.

РЕШЕНИЕ 5

Внесли предложение разработчикам ГИС «Навигатор» о необходимости автоматизированной рассылки сертификатов участника мероприятия в день проведения мероприятия (только тем, кто представил полный пакет документов, на основании которого заявке присвоен статус «Участник»).

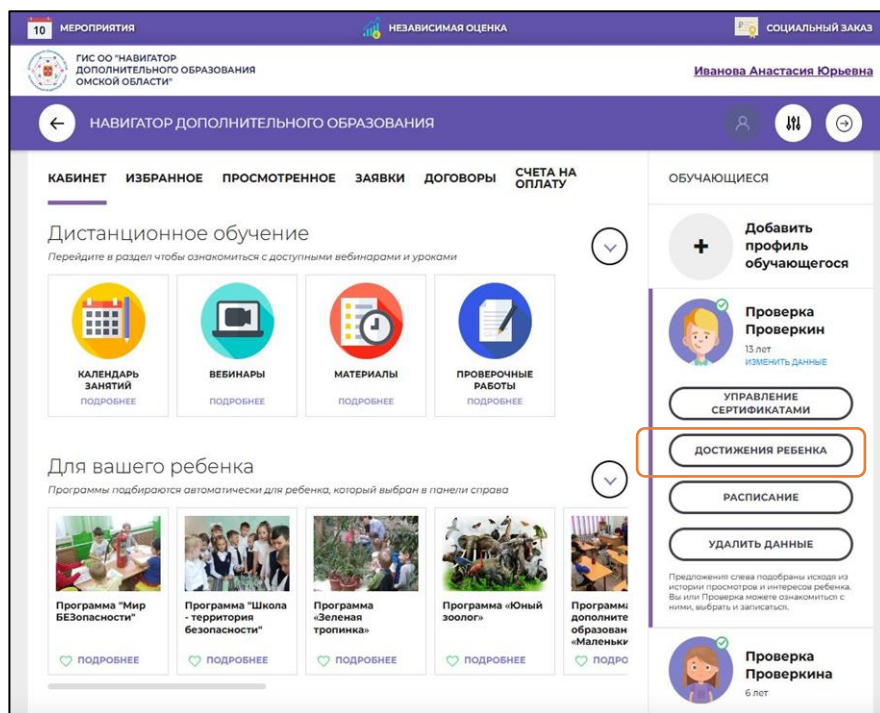


Рисунок 8 Скрин личного кабинета пользователя в системе ГИС «Навигатор»

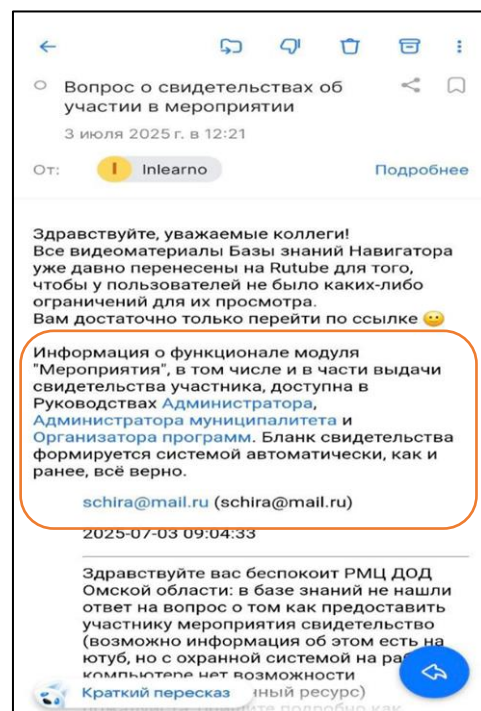


Рисунок 9 Ответ на запрос о возможности получить сертификаты об участии в мероприятии/конкурсе автоматически

После завершения мероприятия, в личном кабинете пользователя (родителя) будет доступен раздел «Мероприятия», переход в раздел «Достижения ребенка», в котором будут отражены электронные документы

«Свидетельство» об участии ребенка в мероприятиях (при условии, что его заявка на участие в мероприятии получила статус «Участник»). Свидетельство будут доступны для скачивания пользователю (родителю).



Рисунок 10 Пример шаблона «Свидетельство»

Результат:

- повышение удовлетворенности участников мероприятия/конкурса, за счет возможности получения сертификатов в день мероприятия;
- высвобождение времени методиста около 6 часов/мероприятие.

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ

1. ПОДГОТОВКА К РЕАЛИЗАЦИИ

1.1 Определение состава рабочей группы и распределение зон ответственности

1.1.1 Назначьте ответственного координатора (рекомендуется представителя от Регионального ресурсного центра) за реализацию всего комплекса мер.

1.1.2 Включите в рабочую группу методистов, ответственных за проведение конкурсов, специалиста по ИТ-поддержке (для создания и настройки чат-бота), представителя отдела взаимодействия с муниципальными образованиями.

1.1.3 Все участники рабочей группы наблюдений за процессом должны иметь навыки:

- проведения хронометражных наблюдений (электронный курс «[Как проводить хронометраж](#)»);
- определения потерь в работе (электронный курс «[7 видов потерь](#)»);
- оптимизации офисных процессов (электронный курс «[Картирование офисных процессов](#)»).

Важно: объяснить какие преимущества получит персонал в результате внедрения улучшений (выполнение операций без последующих переделок, лишней работы и т. п.).

1.1.4 Утвердите план-график внедрения всех элементов решения.

1.2. Инструментальная и методологическая подготовка.

1.2.1 Разработайте и утвердите макеты и контент для всех материалов:

- памятка для пользователей ГИС «Навигатор» (алгоритм регистрации и подачи заявки);

- обновленный шаблон Положения о конкурсе с детализированными требованиями к работам и шаблонами документов;
- скрипты и ответы для чат-бота в Телеграмм;
- презентации и программа инструктивно-методических вебинаров;
- выберите платформу для проведения вебинаров и создайте соответствующие мероприятия;
- зарегистрируйте и настройте чат-бота в мессенджере Телеграмм.

2. АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ

2.1. Проведение аудита существующих процессов

2.1.1 Анализ текущего состояния процесса рекомендуется провести на основе:

- наблюдения за процессом;
- статистических данных по результатам предыдущих мероприятий;
- хронометража;
- анкетирования (интервью) с участниками процесса.

2.1.2 Подготовка к хронометражу операций:

- проведите 5-10 замеров выполнения операции участников процесса, чем больше замеров, тем достовернее информация;
- проанализируйте полученные данные, т.к. разные специалисты на разных мероприятиях работают с разными навыками и скоростью. Важно определить наилучший и наименее затратный способ выполнения операции.

2.1.3 Зафиксируйте среднее время, которое методист тратит на:

- обработку одной заявки (проверка комплектности, созвоны);
- консультации участников по типовым вопросам;
- проверку технического качества конкурсных работ (формат, длительность, звук);
- подготовку и рассылку сертификатов.

2.1.4 Проанализируйте статистику за предыдущий конкурс: количество участников, процент заявок с ошибками, наиболее частые причины обращений за консультацией.

2.1.5 Выявление ключевых «узких» мест и потерь:

- определите операции, отнимающие наибольшее количество времени и носящие рутинный, повторяющийся характер (например, объяснение одного и того же алгоритма подачи заявки разным участникам);
- классифицируйте основные типы ошибок в предоставляемых материалах.

2.2 Анализ выявленных потерь

2.2.1. На основании проведенных наблюдений необходимо проанализировать все выполняемые операции, выделить элементы, которые можно отнести к потерям и реализовать мероприятия по их устранению. Наиболее типичные потери для данного процесса:

Ожидание (потери времени)

Методист был вынужден дни и недели ожидать ответа от участников (например, 3 дня ждал недостающий документ), ответа от разработчиков ГИС «Навигатор» или исправления ошибок в присланных работах.

Ненужная транспортировка (перемещение материалов)

Физическое перемещение пачек бумаги (4 пачки на сертификаты), их доставка на подпись директору и последующая рассылка в 33 муниципалитета.

Лишние движения (неоптимальные действия персонала)

Многочисленные ручные действия методиста: попытки дозвониться участникам, ручное заполнение шаблонов сертификатов, печать, подшивка, упаковка, постоянное переключение между задачами для решения мелких технических проблем участников.

Переделка/брак (брак, ошибки, требующие переделки)

Это ключевая потеря в процессе. Каждый дефект в присланной работе (неправильный формат, длительность, отсутствие документа) или ошибка в сертификате (опечатка в фамилии) требовали немедленного исправления.

Избыточная обработка (усложнение процесса)

Отсутствие четких стандартов и автоматизации вынуждало методиста выполнять огромный объем ручной проверки и правок. Просмотр 150 видео для проверки не только содержания, но и технического качества (формат, звук, длительность) – это избыточная обработка.

Перепроизводство (создание невостребованной продукции)

Массовая печать сертификатов для всех участников, в то время как часть из них сразу же отправлялась в утиль из-за ошибок. Печать документов «про запас» или в большем количестве, чем требуется.

Нереализованный творческий и человеческий потенциал

Это главная и самая критичная потеря. Методист, чья ключевая функция – методическая и содержательная работа (развитие конкурса, анализ работ, обобщение практик, консультации), был погребен под горой рутины.

Вывод: внедренные решения (чек-листы, чат-бот, стандарты для видео, автоматизация рассылки сертификатов) напрямую направлены на устранение этих потерь. Они переводят процесс из состояния хаотичной, ручной и реактивной деятельности в режим управляемого, стандартизированного и эффективного процесса, высвобождая время методиста для выполнения ценной работы.

2.3 Определение поставщика и клиента процесса методом SIPOC² ([рисунок 15](#)).

2.3.1 Определите границы процесса, четко обозначьте, где процесс начинается и где заканчивается.

Пример:

- *начало:* получение нормативных документов от Министерства;
- *окончание:* подготовка отчета для заказчиков и публикации в СМИ.

2.3.2 Опишите основные этапы **ПРОЦЕССА** ([колонка 3](#)). В центральной колонке кратко, тезисно (4-8 ключевых этапов) опишите, что происходит в процессе. Избегайте мелких деталей.

Пример:

- Планирование -> 2. Подготовка -> 3. Проведение -> 4. Завершение

2.3.3 Определите **ВЫХОДЫ** процесса ([колонка 4](#)). Спросите себя: «Что материальное или нематериальное создается в результате успешного выполнения процесса? Что мы «производим»?»

Пример:

- проведенное мероприятие, награжденные участники, отчеты, публикации в СМИ.

2.3.4 Определите **КЛИЕНТОВ** процесса ([колонка 5](#)). На основе **Выходов** определите, **кто** является их потребителем. Кто получает ценность от результатов процесса?

Совет: Клиенты бывают внешние (конечные пользователи) и внутренние (следующий отдел/специалист в учреждении). Подумайте о всех группах.

Пример:

- клиентами являются получатели каждого выхода: **Дети** (получают дипломы), **Минобразования** (получает отчеты), **Общество** (видит публикации).

2.3.5 Определите **ВХОДЫ** процесса ([колонка 2](#)). Спросите себя: «Что нужно «на входе», чтобы процесс мог начаться и успешно выполняться?»

Совет: Входы – это тоже всегда существительные (деньги, документы, материалы, заявки).

² Метод SIPOC (Suppliers (поставщик), Inputs (вход), Process (процесс), Outputs (выход), Customers (клиент)) – инструмент для визуализации бизнес-процесса.

Пример:

- нормативные документы, финансы, материалы (дипломы), заявки от школ.

2.3.6 Определите **ПОСТАВЩИКОВ** Входов ([колонка 1](#)). Для каждого **Входа** определите **источник** (организацию, человека, систему), который его предоставляет.

Совет: Поставщик может быть как внешним, так и внутренним.

Пример:

- поставщиком входа «Нормативные документы» является Министерство образования;
- поставщиком входа «Сценарии» являются педагоги.

Рекомендация по заполнению «SIPOC»:

- Последовательность не обязательна к строгому соблюдению. Часто удобнее начинать с **Процесса**, затем определить **Выходы и Клиентов**, а уже потом **Входы и Поставщиков**.
- Не углубляйтесь в детализацию каждого шага процесса. Цель – общая картина.
- Покажите заполненную схему всем участникам процесса. Это поможет выявить упущенных поставщиков или клиентов и добиться единого понимания.

Данная последовательность поможет правильно определить необходимую категорию участников анкетирования для последующего выявления проблем клиентов.



Рисунок 11 Пример верхнеуровневого описания процесса с использованием SIPOC

2.4 Анкетирование участников/сотрудников

2.4.1 Разработайте анкету для всех участников процесса (внешних клиентов: педагогов-участников, сотрудников регионального ресурсного центра (РРЦ), специалистов Министерства образования (МО) и внутренних клиентов: специалистов учреждения) в Word³ - документе с вопросами о трудностях, возникающих в работе, причинах задержек, предложениях по улучшению процесса.

³ Microsoft Word – программа для работы с текстом, разработанная компанией Microsoft. Входит в состав офисного пакета Microsoft Office

Уважаемые коллеги!

Данная анкета разработана в рамках реализации федерального проекта «Повышение производительности труда в организациях социальной сферы» в БУ Омской области духовно-нравственного воспитания «Исток».

Ваши ответы помогут нам выявить текущие трудности и разработать меры для оптимизации рабочих процессов в участии областных мероприятий/конкурсах (Рождественские «Светлые ины», «Живая нить традиций», «Благовест», «Пасхальный праздник», «Фотосемейное счастье», «Сибирский казачок», «Душа Сибири», «Олимпиада по основам православной культуры», «Открытие – 2030»)

Обращаем ваше внимание, что анкета носит анонимный характер, все ответы обрабатываются обезличенно.

Почему ваше участие важно?

- Практическая польза — результаты лягут в основу конкретных изменений
- Экономия времени — в перспективе сокращение бюрократической нагрузки

Заполнение займет не более 5–7 минут.

Благодарим за вклад в развитие системы образования!

Анкета:
I. Общая информация

- Ваш населенный пункт: _____
- Укажите тип учреждения _____
 - Дополнительного образования
 - Дошкольного образования
 - Общего среднего образования
 - Воскресные школы Омской епархии
 - Другие _____
- Ваш стаж работы в дополнительном образовании:
 1. o Меньше 3 лет
 2. o 3–5 лет
 3. o Более 5 лет
- Участвовали ли вы ранее в подобных конкурсах?
 1. o Нет
 2. o Да (укажите, в каких: Сибирский казачок, перечислите мероприятия «Исток»)

II. Организационные трудности

- Как вы узнаете о проведении мероприятия/конкурса?
 - Через социальные сети
 - Через сайт организатора конкурса

III. Содержательные и методические аспекты

- С какой сложностью вы получаете информацию о мероприятии/конкурсе?
 - Получили информацию на сайте
 - Получили информационно-методические материалы
 - Свой вариант ответа: _____
- С какими сложностями вы сталкиваетесь при подготовке к мероприятию/конкурсу?
 - Неполнота информации
 - Неудобный формат
 - Отсутствие информации
 - Технические сложности
 - Другое: _____
- Были ли сложности с доставкой материалов?
 - Нет
 - Да, (укажите, в чем сложности)
- Были ли сложности с доставкой материалов?
 - Да (укажите, в чем сложности)
 - Нет

III. Содержательные и методические аспекты

- Насколько практичны материалы?
 - Полностью реализуемыми участниками с Положением о конкурсе
 - Не хватило времени для их изучения
 - Не хватило времени для их изучения
- Если вы выбрали второй вариант ответа, на Ваш взгляд, с какими сложностями вы столкнулись?
 - * Если вы выбрали второй вариант ответа, на Ваш взгляд, с какими сложностями вы столкнулись?
- Насколько ясно для вас содержание Положения о конкурсе?
 - Понятно полностью, информация структурирована
 - После ознакомления остались вопросы
 - Если вы выбрали второй вариант ответа, на Ваш взгляд, с какими сложностями вы столкнулись?
- Транспортные и технические вопросы
 - Возникают ли трудности с доставкой материалов?
 - Нет
 - Да (опишите проблему)
 - Какой формат проведения мероприятия/конкурса?
 - Онлайн
 - Оффлайн
 - Формат не имеет значения
 - Просим указать конкретные причины, по которым вы не участвуете в мероприятии/конкурсе?
 - нет финансовых затрат на проезд
 - экономия времени проезда
 - нет разницы, в каком формате проведения мероприятия/конкурса
 - важно очное взаимодействие, общение
 - важна очная церемония награждения
 - возможность посетить город (для участников)
 - Укажите свою причину, если подходящую
 - Если формат проведения мероприятия/конкурса не подходит, укажите причину
 - Понедельник
 - Вторник

IV. Обратная связь и предложения

- Какие рекомендации или пожелания вы бы предложили?
 - в информировании о мероприятии/конкурсе
 - в части номинаций конкурса
 - в организации конкурса
 - в организации церемонии награждения
 - в получении сертификатов
- Итоговая оценка мероприятия/конкурса
 - Доступность информации
 - 1 – «совсем неудовлетворен», 5 – «полностью удовлетворен»
 - Удобство подачи информации
 - 1 – «совсем неудовлетворен», 5 – «полностью удовлетворен»
 - Качество проведения мероприятия/конкурса
 - 1 – «совсем неудовлетворен», 5 – «полностью удовлетворен»

Спасибо за участие и обратную связь! Ваши ответы помогут сделать конкурсы лучше!

Рисунок 12 Пример анкеты для выявления проблем у педагогов-участников конкурса

Полную версию анкеты можно найти в [Приложении №5](#). Пример анкеты в Яндекс-формах доступен по ссылке [Анкета](#)⁴ для педагогов-участников конкурса. Также можно отсканировать QR-код с помощью телефона и перейти по ссылке:



2.4.2 Алгоритм разработки анкеты с QR-кодом на примере платформы Яндекс Формы

2.4.2.1 Подготовка и финализация текста анкеты

Проведите окончательную редактуру анкеты в Word-документе и убедитесь, что:

- все вопросы понятны и однозначны;
- нет опечаток;
- логика переходов между блоками продумана.

Совет: любые правки проще внести в текстовом редакторе, чем в уже созданной форме.

2.4.2.2 Создание новой формы в Яндекс Формы:

- авторизуйтесь в Яндекс ID (аккаунт на Яндексе);
- перейдите в сервис [Яндекс Формы] <https://forms.yandex.ru/admin/>;
- нажмите кнопку «Создать пустую форму».

Совет: выберите шаблон «Пустая форма» для полного контроля над структурой.

2.4.2.3 Настройка основной информации Формы:

- введите «**Заголовок**» (например, «Анкета для педагогов-участников мероприятий»);
- скопируйте и вставьте вступительный текст из вашего документа в поле «**Описание**». Это важно для мотивации респондентов.

⁴ Для перехода к описанному материалу, необходимо подвести курсор мыши к выделенному слову нажать клавишу CTR и щелкнуть левой клавишей мыши

- в **«Настройках»** формы обязательно включите опцию **«Анонимные ответы»** (как указано в вашей анкете).

Совет: это создает доверительную среду и соответствует заявленным условиям анонимности.

2.4.2.4 Последовательное создание вопросов.

Для каждого вопроса из вашего Word-документа:

- нажмите **«Добавить вопрос»**;
- выберите **соответствующий тип вопроса** в Формах:
 - *текстовый ответ* → **Короткий ответ** (например, для «Ваш населенный пункт»).
 - *один вариант из списка* → **Один вариант** (например, для «Ваш стаж работы»).
 - *несколько вариантов* → **Несколько вариантов**.
 - *шкала оценок (1-5)* → **Шкала** (идеально для ваших итоговых вопросов 21-26). Настройте диапазон от 1 до 5 и подпишите крайние значения.
 - *Развернутый комментарий* → **Развернутый ответ**.
- скопируйте текст вопроса и вариантов ответов из Word в соответствующие поля.
- для вопросов, где требуется уточнение (например, «Если вы выбрали «Да», укажите...»), используйте функцию **«Добавить подвопрос»**. Это позволяет сделать ответ зависимым от выбора.

Совет: группируйте вопросы по блокам, используя заголовки (**«Добавить заголовок»**). Это значительно улучшит пользовательский интерфейс. Скопируйте названия ваших блоков: «I.Общая информация», «II.Организационные трудности» и т.д.

2.4.2.5 Настройка внешнего вида и проверка:

- в меню «Настроить» выберите цветовую схему, которая ассоциируется с вашим учреждением (например, спокойные, профессиональные тона).
- **внимательно пройдите всю форму как респондент и проверьте:**
- работают ли все логические переходы (появляются ли подвопросы при выборе нужных вариантов);
- не забыли ли вы сделать какие-то вопросы обязательными (иконка «*»);
- корректно ли отображаются все вопросы.

Совет: финальное тестирование предотвращает потерю данных из-за технических ошибок.

2.4.2.6 Публикация формы и получение ссылки.

После проверки нажмите кнопку **«Опубликовать»** в правом верхнем углу.

Результат: сервис предоставит вам **уникальную прямую ссылку** на вашу анкету. Эта ссылка будет постоянной.

2.4.2.7 Генерация QR-кода для ссылки на форму:

- скопируйте полученную ссылку на форму;
- воспользуйтесь любым бесплатным онлайн-генератором QR-кодов (например, <https://qrcod.ru/link/>);
- вставьте ссылку в генератор;
- настройте дизайн QR-кода при необходимости (цвет, добавление логотипа в центр для узнаваемости);
- скачайте полученное изображение QR-кода в формате PNG или SVG.

Совет: протестируйте скачанный QR-код, отсканировав его камерой смартфона, чтобы убедиться, что он ведет на нужную страницу.

2.4.2.7 Распространение анкеты и сбор данных

- **распечатайте** QR-код и разместите его на информационных стендах, в учебных аудиториях, раздайте на совещаниях;
- **отправьте** ссылку и QR-код по электронной почте рассылкой целевой аудитории (педагогам);
- **опубликуйте** QR-код и ссылку в группах и чатах в социальных сетях и мессенджерах.

Совет: QR-код максимально упрощает переход к анкете с мобильного устройства, что значительно повышает отклик.

2.4.2.8 Мониторинг и анализ результатов

Возвращайтесь в Яндекс Формы в любое время. Во вкладке **«Ответы»** вы можете в реальном времени:

- смотреть статистику и диаграммы по ответам;
- просматривать индивидуальные ответы (анонимные);
- экспортировать все данные в виде удобной таблицы Excel (.xlsx)** для дальнейшего углубленного анализа.

Совет: онлайн-формы обладают важным преимуществом – возможностью автоматического сбора и первичной обработки данных. Это позволяет быстро перейти от бумажных анкет к современным инструментам для получения обратной связи, значительно снизив трудоемкость участников конкурса на обработку бланков с обратной связью.

3. ВНЕДРЕНИЕ УЛУЧШЕНИЙ

3.1. Проведение инструктивно-методических вебинаров

3.1.1 Анонсируйте и проведите цикл вебинаров для кураторов из муниципальных образований.

3.1.2 Обеспечьте доступ к записям вебинаров и раздаточным материалам (памяткам, шаблонам) на официальном сайте или в закрытой группе.

3.1.3 Соберите обратную связь для оценки ясности представленных материалов.

3.2. Запуск и популяризация чат-бота

3.2.1 Опубликуйте ссылку на чат-бот в Telegram во всех информационных материалах о конкурсе, на сайте и в социальных сетях.

3.2.2 Разместите QR-код для быстрого перехода к боту на печатных и электронных ресурсах.

3.2.3 Проинформируйте муниципальных координаторов о запуске бота и попросите их донести информацию до потенциальных участников.

3.3. Внедрение обновленного Положения о конкурсе

3.3.1 Опубликуйте новую версию Положения на всех ресурсах до начала приема заявок.

3.3.2 Ярко выделите блок с техническими требованиями к работам и критериями оценки.

3.3.3 Внедрите систему валидации на этапе подачи заявки (если функционал платформы позволяет): проверка обязательных полей, напоминания о приложенных файлах.

3.4. Отработка взаимодействия с ГИС «Навигатор»

3.4.1 Направьте официальное предложение разработчикам ГИС «Навигатор» о необходимости внедрении функционала автоматической генерации и рассылки сертификатов.

3.4.2 На период отсутствия автоматизации разработайте внутренний регламент подготовки электронных сертификатов силами методиста (использование почтовых рассылок, шаблонов).

4. КОНТРОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ И СТАНДАРТИЗАЦИЯ

4.1. Мониторинг эффективности внедренных решений

4.1.1 После проведения конкурса проведите сравнительный анализ ключевых метрик:

- сокращение времени обработки одной заявки;
- уменьшение количества некомплектных заявок и работ, не соответствующих техническим требованиям;
- снижение количества типовых вопросов к методисту (анализ статистики чат-бота и обращений);
- время, сэкономленное на подготовке сертификатов.

4.1.2 Проведите опрос среди участников и муниципальных координаторов об удобстве новых процедур.

4.2. Стандартизация и тиражирование подхода

4.2.1 На основе успешно апробированных решений разработайте единый стандарт организации конкурсных мероприятий в учреждении.

Внесите в стандарт:

- обязательную структуру Положения о конкурсе;
- шаблоны всех вспомогательных материалов (памятки, чек-листы для участников);
- регламент использования чат-бота для консультаций;
- порядок взаимодействия с ГИС «Навигатор».

4.2.2 Обеспечьте обучение всех методистов учреждения работе по новому стандарту.