



# КОНКУРС ВОЛОНТЕРСКИХ ПРОЕКТОВ ПРОВОДНИКИ ХОРОШИХ ДЕЛ

ОАО «РЖД»  
БФ «ПОЧЕТ»

# Цель и задачи

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА В ОАО «РЖД» И РАСШИРЕНИЕ ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ В МЕСТАХ ПРИСУТСТВИЯ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ ХОЛДИНГА

1

## ВОВЛЕЧЕНИЕ

в активную добровольческую деятельность неработающих пенсионеров компании, её работников и членов их семей

2

## ПОДДЕРЖКА

социально значимых инициатив, направленных на улучшение качества жизни в регионах деятельности компании и проживания её работников

3

## СОДЕЙСТВИЕ

эффективному взаимодействию молодежи, работников компании и ветеранов отрасли путем поддержки межпоколенческих проектов

4

## НАПРАВЛЕНИЕ

созидательного потенциала железнодорожников и ветеранов Холдинга на решение задач, способствующих развитию добровольчества в обществе

# История конкурса



2017

ОКТЯБРЬСКАЯ  
ЖЕЛЕЗНАЯ  
ДОРОГА

При поддержке  
БФ «Добрый город  
Петербург»

2018

ВСЯ СЕТЬ  
ЖЕЛЕЗНЫХ  
ДОРОГ

Проведен  
Благотворительным  
фондом «ПОЧЕТ»

2019

ВСЯ СЕТЬ  
ЖЕЛЕЗНЫХ  
ДОРОГ

Организован  
ОАО «РЖД»  
и БФ «ПОЧЕТ»

2020

ВСЯ СЕТЬ  
ЖЕЛЕЗНЫХ  
ДОРОГ

Организаторы  
ОАО «РЖД»  
и БФ «ПОЧЕТ»

ВСЕГО  
ПРОЕКТОВ

11

50

172

ПРОФИНАСИРОВАНО  
ПРОЕКТОВ

6

26

38

ГРАНТОВЫЙ  
ФОНД (РУБЛЕЙ)

230 000

662 000

1 500 000

5 000 000

МАКСИМАЛЬНЫЙ  
ГРАНТ (РУБЛЕЙ)

50 000

50 000

70 000

100 000

# Участники конкурса 2019

**634**

Работники компании,  
её дочерних  
и зависимых обществ

Неработающие  
пенсионеры  
холдинга

Члены семей  
железнодорожников

Преподаватели и учащиеся  
отраслевых образовательных  
организаций

## ВОЛОНТЕРА В ИНИЦИАТИВНЫХ ГРУППАХ

**372**

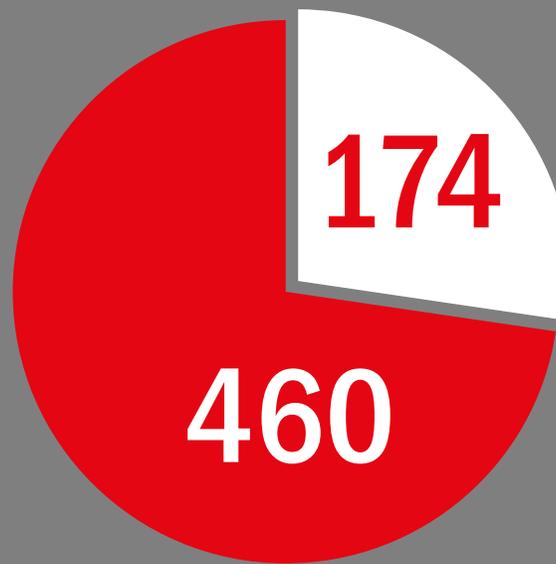
МОЛОДЕЖЬ  
ДО 35 ЛЕТ

**152**

РАБОТНИКИ  
ПОСЛЕ 35 ЛЕТ

**110**

ПЕНСИОНЕРЫ  
ОТРАСЛИ



**МУЖЧИНЫ**

**ЖЕНЩИНЫ**

# География конкурса 2019



**!** ПРОЕКТОВ ЗАЯВЛЕНО  
ПРОФИНАНСИРОВАНО

# Этапы проведения конкурса 2020



ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГРАНТОВОГО ФОНДА. ПОДГОТОВКА КОНКУРСНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ. СТАРТ КОНКУРСА

ЯНВАРЬ –  
9 ФЕВРАЛЯ



ФОРМИРОВАНИЕ ИНИЦИАТИВНЫХ ГРУПП. РАЗРАБОТКА ПРОЕКТОВ И ПОДАЧА ЗАЯВОК НА КОНКУРС В БФ «ПОЧЕТ»

10 ФЕВРАЛЯ –  
3 АПРЕЛЯ



ЗАВЕРШЕНИЕ ПРИЕМА ЗАЯВОК. ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА ПРОЕКТОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ

3 АПРЕЛЯ –  
29 АПРЕЛЯ

---

ПЕРВАЯ ступень оценки: экспертная комиссия оценивает все проекты, поступившие на конкурс, и выявляет проекты – лидеры.

---

ВТОРАЯ ступень оценки: конкурсная комиссия проводит оценку проектов – лидеров, и определяет победителей конкурса.



ФИНАСИРОВАНИЕ ПРОЕКТОВ. РЕАЛИЗАЦИЯ ВОЛОНТЕРСКИХ ИНИЦИАТИВ, ПОБЕДИВШИХ В КОНКУРСЕ

30 АПРЕЛЯ –  
31 ОКТЯБРЯ



СДАЧА ОТЧЕТНОСТИ И ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ КОНКУРСА «ПРОВОДНИКИ ХОРОШИХ ДЕЛ»

НОЯБРЬ –  
ДЕКАБРЬ

# Критерии отбора проектов

6 ОСНОВНЫХ ПРАВИЛ ФОРМИРОВАНИЯ ВОЛОНТЕРСКОГО ПРОЕКТА И ЗАПОЛНЕНИЯ ЗАЯВКИ НА КОНКУРС «ПРОВОДНИКИ ХОРОШИХ ДЕЛ»

1

## АКТУАЛЬНОСТЬ

проект должен быть направлен на решение актуальной социальной проблемы

2

## КРЕАТИВНОСТЬ

чем креативнее и необычнее идея проекта, тем интереснее она для экспертов

3

## ДЕТАЛИЗАЦИЯ

описание проекта должно быть понятным, а механика реализации – подробной и прозрачной

4

## ВОВЛЕЧЕНИЕ

при оценке эксперты обращают особое внимание на степень вовлечения добровольцев в проект

5

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ

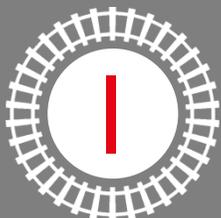
в проекте должны быть описаны ожидаемые результаты и достигаемые социальные эффекты

6

## КОММУНИКАЦИИ

описание проекта должно включать план по коммуникационному сопровождению

# Актуальность проблемы



ЧЕТКОСТЬ И ПОНЯТНОСТЬ  
ИЗЛОЖЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ,  
НА РЕШЕНИЕ КОТОРОЙ  
НАПРАВЛЕН ПРОЕКТ

Социальная проблема, на которую направлен проект, не должна быть размытой или сомнительной.

Из описания проблемы у экспертов должно сложиться полное понимание сути проблемы, её значимости и необходимости решения с привлечением добровольцев.



ПОДТВЕРЖДЕНИЕ ФАКТАМИ,  
ЦИФРАМИ И ИНОЙ  
СТАТИСТИЧЕСКОЙ  
ИНФОРМАЦИЕЙ

Наличие проверенной статистической информации об описываемой проблеме со ссылками на дополнительные источники, экспертные мнения и исследования подчеркивает вес и достоверность проблемы.

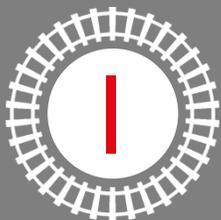


СТЕПЕНЬ СОЦИАЛЬНОЙ  
ЗНАЧИМОСТИ ПРОБЛЕМЫ  
ДЛЯ ТЕРРИТОРИИ  
РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Эксперты, оценивающие проект, должны понимать, насколько описываемая проблема актуальна для территории, на которой планируется реализовать проект.

Поэтому в описании проблемы должно быть подчеркнуто, почему проект должен быть реализован именно в данном месте.

# Креативность проектной идеи



## ИННОВАЦИОННОСТЬ ИДЕИ ПРОЕКТА

Чем креативнее и необычнее идея проекта, тем интереснее она для экспертов.

Стандартные практики допустимы, но в случае если проектная инициатива творчески доработана, то она имеет больший шанс пройти конкурсный отбор.



## КРЕАТИВНОСТЬ В РЕАЛИЗАЦИИ

Даже простое проектное решение можно довести до совершенства, применив к его реализации творческий подход.

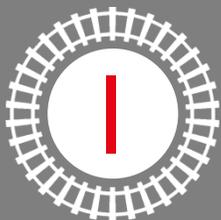
Это могут быть свежие идеи по привлечению волонтеров или партнеров, технологии осуществления добровольческой деятельности, инновационные подходы к продвижению и информационному сопровождению проекта.



## ВОЗМОЖНОСТЬ ТИРАЖИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Предложенные на конкурс инновационные идеи должны быть просты для применения и тиражирования, а методики и технологии их реализации – универсальны для использования другими волонтерскими группами.

# Детальность проработки проекта



## ПОНЯТНОЕ ОПИСАНИЕ

Из описания экспертам должно быть предельно понятно, в чем состоит суть и что будет сделано в рамках проекта, как будут задействованы в проекте волонтеры, кто конкретно будет получателем результатов проекта.



## МЕХАНИКА РЕАЛИЗАЦИИ

Проектная инициатива должна включать календарный план этапов реализации, с указанием того, какие задачи будут решаться на каждом этапе, что и какими силами будет сделано.

У экспертов должно остаться полное понимание того, как будет реализован проект на практике.

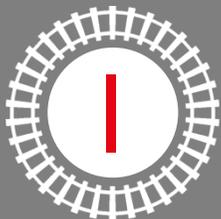


## ПРОЗРАЧНЫЙ БЮДЖЕТ

Прозрачный и детализированный бюджет определяет, насколько целевым образом планируется использовать для реализации проекта запрашиваемые средства.

Эксперты должны видеть не только запрашиваемую сумму и её распределение, но бюджет проекта в целом, поскольку одним из критериев оценки проектной инициативы является степень привлечения в проект собственных средств и/или дополнительного финансирования через других партнеров.

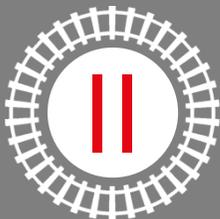
# Степень вовлеченности в проект



КОРПОРАТИВНЫЕ  
ВОЛОНТЕРЫ РЖД  
И МЕСТНЫЕ ЖИТЕЛИ

Одна из задач конкурса «Проводники хороших дел» – это расширение волонтерской деятельности в регионах, создание волонтерских групп и привлечение к регулярной волонтерской деятельности большего числа людей.

Поэтому при оценке заявок высший приоритет будут получать проекты, в которых в качестве волонтеров задействованы не только члены инициативной группы, но и привлеченные добровольцы: работники, неработающие пенсионеры РЖД, местные жители.



ПАРТНЕРЫ И ДРУГИЕ  
БЛАГОТВОРИТЕЛИ

Привлечение в проект партнеров из числа органов власти, некоммерческих организаций и бизнеса, с указанием того, в чем будет заключаться содействие каждого из партнеров, а также помощь в реализации проекта подразделений ОАО «РЖД», его дочерних и зависимых обществ, добавит преимущество при оценке проекта.

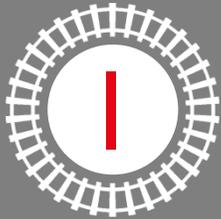


РАСШИРЕНИЕ  
ВОЛОНТЕРСКОГО  
ДВИЖЕНИЯ В РЕГИОНЕ

Содействие развитию волонтерского движения в ОАО «РЖД» – цель конкурса «Проводники хороших дел».

Поэтому проекты, целью или одной из задач которых является расширение волонтерской деятельности в регионе, создание волонтерских групп и привлечение к регулярной волонтерской деятельности большего числа людей, могут получить приоритет по данному критерию оценки.

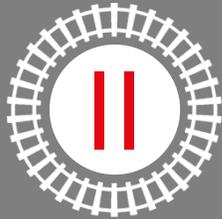
# Социальная эффективность проекта



## БЛАГОПОЛУЧАТЕЛИ ПРОЕКТА

Четко опишите, на какие целевые группы благополучателей направлен проект. Ответьте себе на вопрос, являются ли перечисленные группы той аудиторией, проблемы которой сформулированы в описании актуальности социального проекта?

Если нет, то сделайте переоценку проекта.



## КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Это может быть количество планируемых мероприятий, ориентировочный объем оказанной помощи, и прогнозируемое количество благополучателей, на которых нацелен проект.

Чем детальнее в проекте будут спрогнозированы количественные результаты, тем проще будет оценить степень эффективности реализации проекта.



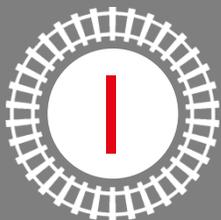
## КАЧЕСТВЕННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Опишите, какие положительные изменения могут произойти после реализации проекта – результаты достижения поставленных целей.

Это могут быть качественные изменения на месте или объекте, на которые нацелен проект или изменения в жизни благополучателей, в их знаниях, ценностях, поведении и в прочем.

Описание качественных результатов поможет экспертам понять, насколько ясно инициаторы проекта соотносят социальную эффективность проекта с заявленными целями.

# Коммуникационное сопровождение проекта



## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ

Сформулируйте ключевые информационные поводы проекта, которые планируется осветить во внешних коммуникационных источниках.

Продумайте, как будет проходить анонсирование проекта, каковы основные этапы освещения хода его реализации, какая информация будет собрана и опубликована по итогам проекта.



## ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Опишите, на какую аудиторию вы рассчитываете, кто будет основным получателем информации о проекте. Какой объем аудитории вы планируете охватить через различные источники информирования.

Прогноз степени охвата и информированности аудитории о проекте, даст экспертам представление о том, насколько широкий общественный резонанс волонтерская инициатива может получить в обществе.



## КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПЛАН

Опишите, каким образом и в какие сроки будет организовано освещение мероприятий проекта.

Перечислите информационные площадки, на которых планируется освещать деятельность в период реализации проекта, а так же информировать общественность о его итогах. Это могут быть собственные и дружественные группы в социальных сетях, местные средства массовой информации, сайт проекта или сайты партнеров и другие публичные информационных ресурсы.



Благотворительный фонд «Почет»

[kvr@pochet.ru](mailto:kvr@pochet.ru)

8-800-775-22-42 (для звонков из регионов)

8-499-262-02-62 (в Москве)

Конкурс «Проводники хороших дел»