

ПУБЛИЧНЫЙ ГОДОВОЙ ОТЧЕТ О РАБОТЕ НКО

Руководство по составлению

Санкт-Петербург
2008

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
Что такое публичный годовой отчет НКО?.....	4
Зачем НКО годовой отчет?.....	5
Кому может быть интересен годовой отчет НКО?.....	6
Этапы работы над отчетом:.....	7
Этап 1. Создание рабочей группы	8
Этап 2. Определение целей и приоритетов.....	8
Этап 3. Выбор формата и разработка структуры отчета	11
Этап 4. Выбор показателей, характеризующих результаты работы организации.....	19
Этап 5. Определение внешних и внутренних участников составления отчета.....	20
Этап 6. Сбор и анализ информации	21
Этап 7. Написание отчета	21
Этап 8. Публикация отчета	22
Этап 9. Распространение отчета	22
Полезные материалы.....	24
Примеры Годовых отчетов НКО в Интернете.....	25
Внимание: конкурс! Внимание: конкурс!.....	26
«НКО-координаты».....	27
Программа «Укрепление общественной поддержки некоммерческих организаций».....	28

ПРЕДИСЛОВИЕ

Ежегодная отчетность – это то, с чем сталкивается любая организация. Как правило, она носит обязательный характер. В частности для зарегистрированных некоммерческих организаций существуют следующие виды обязательной годовой отчетности:



1. Налоговая отчетность – об исчислении и уплате налогов. Если в организации принята общая система налогообложения, то для нее существует также бухгалтерская отчетность. И та, и другая готовятся в организации и посылаются в налоговые органы по месту регистрации организации.
2. Отчетность НКО о своей деятельности в органы Федеральной регистрационной службы (Росрегистрации). Этот вид отчетности был утвержден Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2006 г. № 212, в соответствии с которым были введены новые Правила предоставления сведений о некоммерческих организациях. Она обязательна для всех НКО, кроме товариществ собственников жилья, а также садоводческих, огороднических и дачных некоммерческих объединений граждан.
3. Отчетность за целевое использование средств в соответствии с Уставом организации. Этот вид подразумевает создание отчета о деятельности НКО с финансовыми показателями, утверждаемого высшестоящим органом организации (обычно это общее собрание членов) по формальной процедуре. Этот документ хранится в организации и по закону должен предьявляться всем желающим.

Однако есть еще один вид годовой отчетности. Она является необязательной, и каждая организация решает сама, делать ее или не делать. Но именно она может сослужить верную службу НКО при решении ими некоторых важных задач:

- привлечении средств на некоммерческие проекты,
- завоевании доверия среди населения, коллег и клиентов,
- налаживании связей с властными структурами и т.д.

Этим универсальным инструментом является **публичный годовой отчет о работе НКО**. Именно ему и посвящена данная брошюра.

В ней мы рассмотрим, что такое публичный годовой отчет НКО, и как его можно использовать, каким образом его готовить и кому и как распространять, чтобы сделать его максимально «эффективным».

Публичный годовой отчет может быть подготовлен на основе отчета о целевом использовании средств в соответствии с Уставом, но вполне возможен и другой формат (важно только, чтобы один другому не противоречил).

«Необязательность» автоматически подразумевает, что не существует единых четко заданных параметров для этого документа. В данной публикации вы сможете познакомиться с российским и зарубежным опытом разработки и представления отчетов и выбрать оптимальное решение для своей организации.

ЧТО ТАКОЕ ПУБЛИЧНЫЙ ГОДОВОЙ ОТЧЕТ НКО?



Публичный годовой отчет НКО – это документ, ёмко и наглядно представляющий деятельность вашей организации в прошедшем году. Он информирует клиентов, сотрудников, партнеров и общество в целом о том, как некоммерческая организация реализует цели, заложенные в ее миссии или стратегических планах. Отчет базируется на реальных фактах и выполняет одновременно отчетную, информационную

презентационную и даже фандрайзинговую функции.

Формат отчета может быть очень разным и зависит от того, кому и с какими целями вы собираетесь представлять вашу работу.

Но зачем вообще представлять отчет о работе за год? Откуда появилась эта идея? Стоит ли за ней реальная потребность, спрос со стороны общества или самой организации?

В бизнес-сообществе практика создания и распространения годовых отчетов существует уже давно и стала нормой делового общения. Готовность раскрывать информацию о деятельности и финансах организации и умение эту информацию преподнести являются необходимыми показателями настоящего профессионализма, подтверждают серьезность и честность организации, помогают увеличить уровень доверия как по отношению к НКО-сообществу, так и в обществе в целом. Даже если ваша организация появилась совсем недавно и в ней работает всего два человека, стимулируйте ваше окружение относиться к вам серьезно и с уважением – публично отчитайтесь за проделанную за год работу!

Кроме того, на нынешнем этапе развития некоммерческого сектора в России, когда организаций много, а зарубежных доноров – все меньше и, соответственно, борьба за отечественных доноров – все острее, именно прозрачность, честность и профессионализм становятся важнейшими факторами успешного функционирования организации. Опытным путем годовой отчет был признан эффективным инструментом для подтверждения этих необходимых качеств.

Таким образом, годовой отчет – это своего рода «знак качества» для уважающей себя организации.

ЗАЧЕМ НКО ГОДОВОЙ ОТЧЕТ?

Создание годового отчета преследует, в первую очередь, цели, направленные вовне организации. Годовой отчет создается, чтобы:

- **ИНФОРМИРОВАТЬ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ** о вкладе организации в развитие общества. Основанный на честной информации, годовой отчет ведет к улучшению репутации организации, повышает доверие к ней, что, в конечном счете, приводит к улучшению позиции организации на рынке услуг.
- **ПРОДЕМОНСТРИРОВАТЬ ЗНАЧИМОСТЬ И НАДЕЖНОСТЬ** организации клиентам, коллегам, властям, потенциальным партнерам. Годовой отчет становится инструментом создания деловой репутации и привлечения ресурсов (потенциальные доноры используют его при оценке деятельности организации и проведении сравнительного анализа).

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ КАРЕЛИИ

«Нашей организации “Мир детей” очень важно доверие со стороны людей. Чтобы получить доверие, мы должны быть открыты. Все финансы мы прописываем только с этой целью. Мы хотим, чтобы люди знали, откуда они поступают, сколько поступило средств и на что они расходуются, по каким статьям и на какие виды деятельности.

Это особенно важно для членов организации. Человек приходит на годовое собрание, платит свои кровные членские взносы. И ему хочется знать, на что тратятся его деньги. Но он может не попасть на собрание, заболеть или уехать в командировку. А годовой отчет дает наглядное представление обо всем, что происходило в организации.

Мы хотим также, чтобы люди знали, что средства, которые поступают в организацию, это не государственные средства, а это деньги различных фондов и выигранные нами гранты.

Отчет можно использовать как рекламу организации, чтобы познакомить сообщество с тем, чем занимается организация, и с какими проблемами в эту организацию можно обратиться.

То есть для нас основные цели создания отчета – это получение доверия и пропаганда деятельности.

Мы бы с удовольствием имели у себя отчеты других организаций нашего города. К сожалению, их больше никто не выпускает. Мы бы посмотрели, по каким направлениям мы могли бы сотрудничать. Мы бы могли посмотреть что, например, вот эта организация вот в этом направлении ведет отличную деятельность. Значит, мы можем не повторяться, а взяться за направление, которое никем не охвачено».

Годовой отчет помогает организации оценить и осмыслить собственную деятельность. В частности, он позволяет:

- **ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ** организации за год, оценить сильные и слабые стороны, учесть их при планировании дальнейшей работы. Регулярное создание годовых отчетов способствует целостному пониманию динамики развития организации и перспектив ее деятельности в местном сообществе.
- **СОЗДАТЬ В ОРГАНИЗАЦИИ** систему сбора информации о ее деятельности (клиентах, членах, услугах, партнерах и т.д.) Это особенно важно для начинающих организаций.

- **ПОВЫСИТЬ ЦЕННОСТЬ** организации в глазах сотрудников и волонтеров, которые в процессе создания годового отчета лучше представляют основные направления деятельности организации, ее расходы и доходы, а значит, могут сформулировать конструктивные предложения по оптимизации деятельности. Кроме того, когда виден результат работы, повышается мотивация тех, кто работает в организации («я тут не зря», «в этом есть и мой личный вклад»).

То есть годовой отчет может помочь и в решении внутренних задач организации. Таким образом, годовой отчет может быть использован как:

Повышение мотивации сотрудников
 Повод провести анализ своей работы
 Инструмент PR
 Средство для привлечения ресурсов
 Инструмент при поиске партнеров
 Аргумент при работе с властями
 Возможность привлечения клиентов
 Основа для других отчетов и рекламных материалов

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ НОВОСИБИРСКА

«Глава крупной коммерческой фирмы, увидев наш годовой отчет, был так поражен масштабом и значимостью нашей деятельности, что выделил значительную сумму на развитие организации».

КОМУ МОЖЕТ БЫТЬ ИНТЕРЕСЕН ГОДОВОЙ ОТЧЕТ НКО?

Ваши целевыми группами при создании отчета могут быть:

- Сотрудники, волонтеры и члены организации
- Учредители и члены попечительского/консультативного совета
- Клиенты организации (фактические и потенциальные получатели услуг)
- Доноры
- Государственные органы и учреждения
- Партнеры (настоящие и будущие)
- Другие НКО
- Соискатели, желающие работать в вашей организации
- Средства массовой информации
- Широкая общественность
- Исследователи



ЭТАПЫ РАБОТЫ НАД ОТЧЕТОМ

Общий план работы над отчетом можно представить в виде следующей схемы:



Рассмотрим более подробно каждый из перечисленных этапов.

ЭТАП 1. СОЗДАНИЕ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ

В организации должен быть назначен один ответственный за создание этого документа, который будет организовывать процесс его разработки, производства и распространения, и еще несколько ключевых сотрудников, которые будут участвовать в обсуждении концепции – целей, задач, целевых групп, формата, структуры и других важных аспектов годового отчета. Важно, чтобы среди них были люди, чаще других представляющие организацию во внешней среде. Для маленьких организаций этот этап проще – как правило, в них в создании годового отчета понемногу участвуют все.

Еще до того, как вы начнете работать над отчетом, подумайте, сколько денег вы можете выделить на его создание – это будет влиять на ваши решения на последующих этапах. При очень ограниченном бюджете организации отчет можно сделать на волонтерских началах и вообще без финансовых вложений, однако если финансовые возможности позволяют, то годовой отчет стоит того, чтобы выделить на него часть имеющихся средств. Удобнее всего выделять на него средства из собранных членских взносов или частных пожертвований, либо из доходов от предпринимательской деятельности НКО. Еще один вариант – заранее закладывать эти деньги в расходы на PR при фандрайзинге на публичные проекты или общую поддержку организации (но здесь нужно быть готовым к тому, что доноры в большинстве своем не любят финансировать то, что напрямую не относится к работе по предлагаемому им проекту).

Предупредите заранее финансового менеджера или бухгалтера о грядущих расходах на создание годового отчета, чтобы он мог заранее продумать, из какой статьи можно будет взять на это деньги. В частности, для благотворительных организаций по закону «средства, затраченные на публикацию ежегодного отчета и информации о деятельности благотворительной организации, засчитываются в качестве расходов на благотворительные цели» (п. 6. Ст.19 ФЗ № 135-ФЗ от 11.08.95).

ЭТАП 2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ И ПРИОРИТЕТОВ

Постарайтесь определить, **для кого** в первую очередь вы делаете отчет, и зачем он им может быть нужен. В зависимости от этого сформулируйте, на каких моментах вам стоит остановиться подробнее, и как этим людям удобнее всего знакомиться с вашим документом. Например, если это клиенты, то им, скорее всего, будет интересно описание ваших услуг, методов работы и тех изменений (в обществе, в положении ваших клиентов, в состоянии природной среды и т.д. в зависимости от вашей специфики), которых вам удалось достичь. Если ваша основная целевая группа – это грантодающие фонды и другие доноры, то для них важно получить четкое представление о финансовых потоках вашей организации, а также о фактических результатах вашей работы и планах на будущее. Если это органы государственной власти, то здесь важно представить объем проводимой вами работы – число ваших членов, клиентов и перечень оказываемых им услуг.

С выбранными целевыми аудиториями можно проконсультироваться: разными способами их можно спросить о том, что, на их взгляд, должно быть отражено в этом документе, что для них существенно, как должен выглядеть отчет, чтобы им было его интересно читать. Кроме того, у них можно также узнать, что, на их взгляд, организация могла бы делать лучше, а потом отразить этот процесс взаимодействия в отчете.



Есть **три сложности**. Первая заключается в том, что целевых групп обычно бывает несколько. А вторая и третья вытекают из первой. При увеличении числа значимых акцентов, важных для разных целевых групп, может сильно возрасти объем вашего отчета, и соответственно – стать более «неудобоваримым» для тех, кто с ним знакомится. Ну и, наконец, для каждой целевой группы может быть необходим свой стиль изложения.

Как же можно справиться с этими проблемами?

- Вариант А – можно подробно остановиться в отчете на всех важных моментах для всех интересующих вас целевых групп, но при этом сделать качественное содержание, или придумать иной удобный «путеводитель» по вашему отчету, чтобы каждый мог с легкостью найти в нем интересный для него кусок. Стилем для оформления в данном случае лучше взять тот, который отражает внутренний дух вашей НКО.
- Вариант Б – сделать один большой отчет (как предлагает вариант А) и несколько сокращенных, «заточенных» под конкретную целевую группу. При этом для их представления использовать разные форматы: один опубликовать в виде цветной брошюры, другой закачать на CD, третий просто вывесить на сайт или сделать в виде листовки и т.д.

Ряд проблем может отпасть, если вы сразу определите, как будете **распространять** отчет. Составьте примерный список предполагаемых каналов распространения, и для каждого из них – кому в руки эти отчеты попадут и сколько экземпляров (ориентировочно) через каждый канал «уйдет». Вот один из возможных списков того, где и кому могут быть распространены отчеты:

- на отчетном годовом собрании членам организации,
- лично или по почте представителям грантодающих фондов,
- лично или по почте руководству организаций-партнеров из бизнеса,
- лично или по почте работающим с вашей организацией специалистам из профильного комитета Администрации,
- специалистам на различных профильных мероприятиях (форумы, семинары, и др.),
- вашим клиентам и гостям в офисе вашей организации,
- там, где проходит много людей, сталкивающихся с вашей проблематикой (например, детские учреждения, дома культуры, дома творчества юных, приемная администрации и пр.)

Эта небольшая процедура поможет вам также определить минимально необходимый и максимально разумный объем тиража вашего отчета (если вы выпускаете его бумажные копии или пишете диски).

Еще один вопрос, который имеет смысл продумать на самой начальной стадии планирования отчета: а нужно переводить его на **другие языки**? Подумайте, для кого вы создаете иноязычные версии отчета, и сколько примерно этих людей? Если они в принципе есть среди ваших ключевых целевых групп, то, разумеется, стоит это сделать. Однако будьте очень аккуратны при планировании формата, в котором иноязычный отчет будет представлен. С электронными версиями отчета в этом вопросе проще – можно изначально задать выбор языка, или дать удобную ссылку с главной страницы на другие языки. Но с бумажными копиями сложнее. Некоторые решают этот вопрос тем, что создают «двухсторонний отчет»: с одной стороны брошюры – на русском, а с другой – на иностранном. Но если иностранцев среди читателей вашего отчета в десятки или сотни раз меньше, чем соотечественников (а чаще всего так и бывает), то это лишняя трата денег, и не очень дружелюбно по отношению к читателям. Лучше сделайте основной тираж на родном языке и отдельно несколько копий

– на иностранном, либо же создайте иностранную версию отчета только в электронном виде – это дает вам возможность сэкономить средства.

Определите также, хотите ли вы придерживаться **международных стандартов и рекомендаций отчетности**, и как вы будете это использовать при распространении отчета. Наиболее известны рекомендации GRI (Global Reporting Initiative) и AA1000. В настоящее время эти стандарты ориентированы в первую очередь на бизнес. Однако есть прецеденты их использования и некоммерческими организациями, а в ближайшем будущем GRI планирует адаптировать свои стандарты под некоммерческий сектор. Более подробно с международными стандартами отчетности можно познакомиться на сайтах <http://www.globalreporting.org> и <http://www.accountability21.net/> Кроме того, вам помогут сориентироваться в них сайты www.soc-otvet.ru и <http://un.by/ru/undp/gcompact/res/reporting.html>.

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ МОСКВЫ

Детский фонд «Виктория» – первая российская НКО, выпустившая отчет в области устойчивого развития с использованием международных рекомендаций. Отчет Фонда за 2006 год подготовлен на основе рекомендаций серии AA1000 и третьей версии (G3) Руководства по отчетности в области устойчивого развития. Этот документ, в первую очередь, адресован партнерам Фонда, нынешним и потенциальным, а также людям и организациям, которые помогают детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей. В отчете содержится информация, отражающая деятельность Фонда в контексте устойчивого развития и значимая для всего окружения организации (стейкхолдеров) – партнеров, доноров, клиентов и т.д. Большая часть документа посвящена результатам программной деятельности «Виктории». Кроме того, в нем приведены данные о работе Фонда в регионах, информация об интернатных учреждениях-благотролчателях. В отчете представлены основные подходы в сфере организации труда, соблюдения прав человека, управления благотворительной деятельностью, финансовые результаты деятельности Фонда в 2006 году. Независимую оценку отчета с присуждением уровня применения С+ провела компания Ernst&Young. «Мы считаем, что отчет в соответствии со стандартами, которые широко применяются во всем мире и начинают все более активно использоваться российскими компаниями и организациями, – это эффективный инструмент коммуникации со всеми заинтересованными сторонами», – говорится в обращении Генерального директора Фонда Геннадия Молчанова.

Некоторые организации, успевшие утвердить традицию создания ежегодных отчетов, придумывают также каждый год новую **тему** для отчета. Это позволяет им не повторяться, а делать каждый год новые акценты в своей работе и быть всегда новыми и интересными для своих партнеров, доноров, клиентов и т.д. Тема – это «стержень» вашего отчета. Так же, как на национальном уровне утверждается Год Детства, или Год Благотворительности, вы можете в своей организации выбрать свою тему Года. Если же выделить какую-то одну содержательную тему сложно, темой может стать какое-то важное событие, произошедшее внутри организации. Возможные варианты – юбилей организации, рост и развитие организации, увеличение объема привлеченных средств, выход организации из кризиса, и т.д. Таким образом, тема – это то, чем был замечателен прошедший год, его краткая характеристика.

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЮТ КРУПНЫЕ НКО

Если рассматривать крупные организации, то вынесение специальной темы в заголовок годового отчета часто является стандартом. Например, у Всемирной организации здравоохранения в 2007 году отчет назывался «Более безопасное будущее». Тем не менее, даже такие крупные организации как UNICEF и Greenpeace могут ограничиваться заголовком «Годовой отчет 2007».

ЭТАП 3. ВЫБОР ФОРМАТА И РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ ОТЧЕТА

3.1. Формат годового отчета

Существует несколько форматов публичного годового отчета. Каждый из них имеет свои преимущества и недостатки. Разберем их подробнее.

1. Самостоятельное печатное издание

Плюсы:

- привычный бумажный формат, удобный для восприятия и представительских целей
- сравнительно дешево (если простая распечатка на бумаге)

Минусы:

- высокая стоимость (при высокохудожественном типографском исполнении)
- нужно заранее точно планировать необходимый тираж (при типографском исполнении)

Если вы выбираете этот формат, то уделите особое внимание дизайну и оформлению вашей брошюры. Даже если у вас мало денег, и вы не можете привлечь профессионального дизайнера, «поиграйте» сами с размещением текста и художественных элементов на страницах, со шрифтами, таблицами и диаграммами. Если вы используете фотографии и при этом делаете простую распечатку отчета на ризографе, учтите, что цветные фотографии в черно-белом варианте ксерокопирования выглядят совсем не так, как в оригинале. Будьте с этим осторожны.

2. Публикация в периодическом издании организации

Плюсы:

- сравнительно дешево

Минусы:

- воспринимается как один из материалов периодического издания, что понижает значимость отчета и уменьшает интерес к нему

3. Компакт-диск (CD)

Плюсы:

- сравнительно дешево
- удобен для тиражирования; можно не делать лишних копий, создавая каждый раз при необходимости только нужное число копий
- при грамотном использовании гиперссылок можно дать большое количество информации, не перегружая читателя

Минусы:

- не всегда удобен для представительских целей
- многие не любят читать большие тексты с экрана

При размещении на компакт-диске имейте в виду:

- Наиболее удобен вариант электронного отчета в html-формате с автозапуском при вставлении диска в компьютер и гиперссылками по тексту отчета, но для этого необходимы некоторые минимальные знания по программированию. Постарайтесь найти среди ваших сотрудников или волонтеров человека, который сумел бы это сделать.
- Если вы просто записываете файл на диск, то заранее подумайте о формате этого файла, особенно если вы хотите защитить свой отчет от нежелательного копирования или правки. Это может быть pdf-файл (просматривается с помощью программы Adobe Acrobat), или же документ, созданный в программе Word, но защищенный от записи. При использовании первого варианта имеет смысл дать ссылку на Интернет-страницу, где можно скачать программу Adobe Acrobat. Не архивируйте ваш отчет.
- Если записываемых файлов несколько, назовите их так, чтобы читатель мог легко сориентироваться, что содержится в каждом из них, и какой запускать первым.
- Создайте стильную обложку для вашего диска, чтобы он не затерялся среди сотни других безликих дисков. Помните, что человек, которому вы вручили диск, должен вспомнить о том, что ему нужно посмотреть ваш отчет, через несколько часов и даже дней! И напомнить ему об этом может сам диск. Сделайте обложку такой, чтобы человеку захотелось заглянуть внутрь. Если средства позволяют, то можно также сделать нанесение на обратную сторону самого диска (например, вашего логотипа, или надпись о том, что на диске содержится годовой отчет такой-то организации, и т.д.)

4. Размещение отчета на сайте организации

Плюсы:

- легкость и быстрота доступа, неограниченное количество пользователей
- возможность быстрого обновления данных
- возможность оперативной обратной связи от целевых групп
- нет ограничений, связанных с объемом
- сравнительно дешево
- возможность иметь отчет на нескольких иностранных языках
- наличие на сайте архива годовых отчетов повышает доверие к организации

Минусы:

- ограниченный доступ населения к Интернету
- необходимость активного продвижения (например, упоминания на сайтах других организаций и в поисковых системах)
- не всегда пригоден для представительских целей
- многие не любят читать большие тексты с экрана, а распечатывать не хотят

Сделайте ссылку на ваш годовой отчет с главной страницы вашего сайта.

5. «Живая презентация» (например, с помощью программы Power Point)

Плюсы:

- возможность получения быстрой обратной связи
- возможность модифицировать презентацию под конкретную аудиторию
- возможность сопроводить отчет музыкой и другими аудио- и видео-материалами

Минусы:

- необходимость специального оборудования

- нужен человек, представляющий отчет (обладающий навыками презентации, обращения с техникой и т.д.)
- у слушателей ничего не остается «в руках» по окончании презентации

Ориентироваться на этот вариант стоит тогда, когда вы точно знаете, где и как вы будете его презентовать. Удобно его готовить ко дню открытых дверей организации. Некоторые организации, подготовив основную версию отчета в Power Point, так и оставляют эту версию единственной, и в дальнейшем размещают именно ее на сайте. Мы бы не рекомендовали следовать этому примеру, ибо формат Power Point подразумевает устное комментирование основных тезисов, помещаемых на слайды.



Лучше опубликовать отчет сразу в нескольких форматах. Публичный годовой отчет наиболее эффективен при совмещении разных форматов его представления, так как это повышает его доступность для разных целевых групп.

Если у вас небольшая организация с очень ограниченным бюджетом, сделайте, как минимум, электронную версию отчета и распечатайте ее на бумаге и разместите в Интернете.

3.2. Разработка структуры отчета

Единого утвержденного перечня того, что должно входить в публичный годовой отчет не существует. Однако есть некоторые общие принципы составления отчетов, рекомендованные практикой и здравым смыслом. В частности, отчет должен содержать информацию как о **содержательной**, так и о **финансовой** стороне деятельности организации за отчетный период. Он базируется на конкретных фактах, и отражает **результаты проделанной работы**. Результатам стоит уделить особое внимание. Они должны содержать **как количественные, так и качественные показатели**, а также оценивать **эффект деятельности организации** с точки зрения того, что она дает сообществу, как изменяет жизнь своих клиентов.

Из каких же разделов может состоять годовой отчет?

В **СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ** вам необходимо:

1. кратко представить свою организацию,
2. с нужной степенью детализации описать свою работу за отчетный период,
3. поблагодарить всех своих партнеров и доноров,
4. похвастаться большими и малыми достижениями,
5. поделиться, как планируете развивать свою деятельность дальше.

Соответственно, в отчет могут быть включены все, или наиболее значимые для ваших целей пункты:

- Титульный лист
- Вступительное слово/ Введение
- Содержание
- Миссия и задачи организации
- Организационная структура (члены Правления, сотрудники, учредители)
- Общественная проблема, над решением которой работает организация
- Целевая группа/ Клиенты

- Стратегия деятельности
- Проекты, программы, кампании, крупные мероприятия, услуги/достижения за отчетный период, в том числе:
 - краткая справочная информация (география/ место проведения, сроки, основное содержание)
 - история
 - количественные показатели результатов деятельности
 - качественные показатели результатов деятельности
 - ссылки, доступные материалы
 - возможности для сотрудничества, контактное лицо
- Публикации
- Веб-проекты, сайт
- Участие в международных проектах и семинарах
- Упоминания в СМИ (их количество, названия СМИ)
- Партнеры (их число, из каких регионов и организаций)
- Доноры
- Благодарности
- Награды и дипломы
- Организационные изменения и повышение квалификации сотрудников
- Планы на будущее, перспективы развития
- Контактная информация
- Приложения, которые организация считает необходимым включить в отчет

Все разделы отчета могут сопровождаться фотографиями, отзывами клиентов, цитатами, картами, диаграммами, схемами.

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Структура годового отчета регионального общественного благотворительного фонда «Защита детей» за 2004 год выглядела следующим образом:

1. ВВЕДЕНИЕ
2. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ об ОРГАНИЗАЦИИ
 - 2.1 Причины создания Фонда и история его развития
 - 2.2 Цели, задачи и целевые группы организации
 - 2.3 Направления деятельности
 - 2.4 Услуги, предоставляемые целевой группе
 - 2.5 Учреждения, подразделения и программы Фонда
 - 2.6 Схема управления организации и персонал
3. ОПИСАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФОНДА в 2004 г.
 - 3.1 Общие статистические данные
 - 3.2 Мониторинг и оценка эффективности
 - 3.3 Информация о деятельности учреждений, программ и проектов
 - 3.4 Основные достижения
 - 3.5 Сотрудничество с другими организациями
 - 3.6 Финансовые партнеры Фонда в 2004 г.
 - 3.7 Проекты, планируемые в 2005 г.
4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ
 - 4.1 Перспективы развития
 - 4.2 Особенности модели работы Фонда
5. ПРИЛОЖЕНИЯ
 - 5.1 Бюджет организации за 2004 год

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ УКРАИНЫ

«До того, как вы начнете описывать собственно деятельность за год, необходимо представить саму организацию. Сделать это можно по-разному. Например, в нашем отчете – украинского фонда «Благополучие детей» – есть страничка, озаглавленная «Визитная карточка организации». Она содержит всю ту информацию, которую должен получить человек, впервые услышавший о существовании организации, на одной страничке – очень кратко, сжато, и даже на двух языках».

Не бойтесь писать в отчете о точках роста: упомяните, какие проблемы есть у организации, и четко сформулируйте, как вы планируете их решать. Такие отчеты выглядят более правдоподобно и интересно.

ФИНАНСОВАЯ ЧАСТЬ ОТЧЕТА должна отразить размеры и источники доходов и расходов, а также показать остаток (если он имеется).

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ КАЛИНИНГРАДА

«С первого же года мы печатаем финансовые показатели в годовом отчете. Эта позиция принципиальна. Мы всегда показываем те финансы, которые мы получаем, источники финансирования и то, сколько и куда мы расходует средств. Чтобы все было открыто. Мы говорим, что в государстве бюджет должен быть открыт, но начинать надо с себя».

В разделе «ДОХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ» могут быть подразделы:

- Денежные поступления от доноров
- Членские взносы
- Доходы от коммерческой деятельности НКО (плата за участие в мероприятиях, за получение услуг и т.д.)
- Денежный эквивалент «натуральных» вкладов

При описании доходов организации уместно назвать ваших доноров. Не жалейте места на перечисление имен и фамилий всех тех, кто материально помог вам в прошедшем году, и сумм, ими пожертвованных (если, разумеется, доноры не против такой огласки; это стоит отдельно с ними согласовать).

Раздел «РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ» может выстраиваться либо по статьям:

- Оплата труда (включая необходимые налоговые отчисления)
- Оплата аренды и коммунальных платежей
- Прямые расходы на производство товаров/ услуг для клиентов (предметы обихода, продукты питания, мебель и пр.)
- Оборудование
- Канцелярские, административные, офисные расходы
- Командировочные и транспортные расходы
- Публикации, издательские расходы
- Рассылка и связь
- Представительские расходы

либо по направлениям деятельности:

- Программа А
- Проект Б
- Событие В

При описании расходов не нужно «мельчить» – не так важно, сколько стоила каждая ручка. Однако и не слишком обобщайте ваши траты – раскройте в описании расходных статей, например, какие именно публикации вышли, сколько было командировок и в какие регионы и т.д.

Кроме того, если вы проходили аудиторскую проверку в этом году, то можно приложить **аудиторское заключение** (например, если отчет выпускается на компакт-диске) или просто упомянуть о положительном результате такой проверки со ссылкой на проверявшую вас компанию. Здесь же может быть информация об успешном прохождении вашей организацией других проверок, например, налоговой инспекцией, органами Росрегистрации и т.д.

Как наглядно представить все эти цифры?

Удобно использовать таблицы и диаграммы. Например, в программе Excel можно за несколько минут создать такую диаграмму:



сопроводив ее таблицей-комментарием с фактическими цифрами:

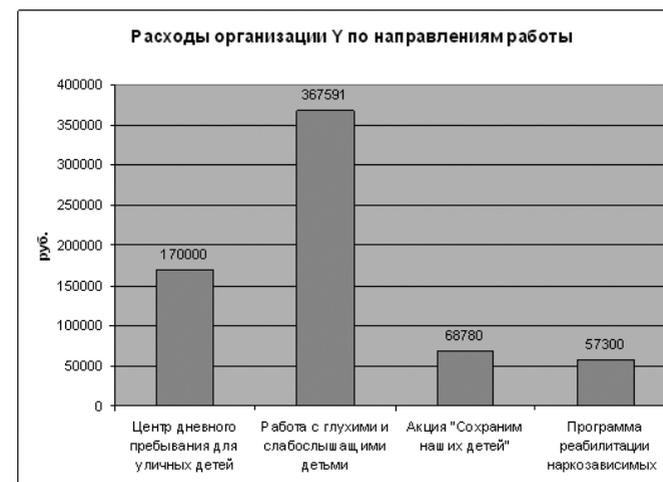
Источники средств в 2007 году, в рублях	
Коммерческие спонсоры	193 702,04
Индивидуальные пожертвования	87 123,12
Грантовые поступления	1 764 900,04
Субсидия из регионального бюджета	100 000
ИТОГО:	2 145 725,20

И еще два примера по расходованию средств.

В первом представлено с помощью таблицы постатейное расходование средств в организации W:

Статьи расходов	Расходы (в руб.)
Прямые расходы на реализацию программ (проведение семинаров, публикации, питание участников, передача реабилитационной техники и т.д.)	4 762 930
Фонд оплаты труда (ФОТ)	2 654 936
Налоги на ФОТ	950 476
Канцелярия	66 722
Связь (телефон, Интернет, пр.)	132 465
Транспортные расходы	77 391
Прочие расходы	64 744
ИТОГО:	8 709 664

В другом – способ представления соотношения расходов на разные направления деятельности в организации Y с помощью столбиковой диаграммы:



Виды диаграмм могут быть разными – пробуйте и выбирайте ту, которая лучше отражает ту информацию, которую вы хотите передать.

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Санкт-Петербургская благотворительная католическая общественная организация «Мальтийская служба помощи», имеющая несколько направлений деятельности, в годовом отчете при описании результатов проделанной работы зафиксировала точные потраченные суммы в рублях по каждому направлению, а в конце сделала сравнение в процентном соотношении расходов по программам и конечным благополучателям в виде диаграмм:



Диаграммами можно описывать структуру доходов, структуру расходов, а также динамику бюджета вашей организации по годам. Например:



Использование такой диаграммы хорошо тем, что дает наглядное представление о росте вашей организации и является определенным подтверждением вашей эффективности.

ЭТАП 4. ВЫБОР ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Описание результатов работы – один из наиболее важных и в то же время наиболее сложных этапов составления публичного годового отчета. Он актуален для всех целевых групп. Здесь очень важно показать и объем реализуемой вами работы, и ее качество, и насколько глубокими и значимыми для общества были ее результаты. Кроме того, вам нужно соотнести все перечисленное с объемом ваших усилий и ресурсов, ведь именно это соотношение отражает эффективность вашей работы.

Количественно в абсолютных (число) и относительных (доля, процент) показателях могут быть представлены:

- количество программ, проектов, мероприятий, курсов и др. событий
- число регионов, охваченных проектом/программой
- количество организаций – партнеров
- количество клиентов и/или участников, получивших услуги/принявших участие в проекте/в отдельных мероприятиях/... и т.д.
- число участников обучения/ выпускников
- количество публикаций (и число страниц в них)
- количество распространенных экземпляров
- количество проведенных исследований
- число обращений в организацию
- некоторые характеристики, проведенных мероприятий (например, частота и продолжительность семинаров, консультаций и т.д.)
- параметры баз данных
- количество волонтеров
- количество человеко/часов, отработанных волонтерами и членами организации безвозмездно
- другое

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Одна из программ Санкт-Петербургской общественной организации «Врачи детям» называется «Приемная семья». В ее рамках, в частности, происходит размещение детей в семьях. Вот как описывает организация свои достижения в этом направлении в своем годовом отчете:

«СПБОО «Врачи детям», совместно с приютами «Альмус» и «Дом милосердия», разместили в приёмные семьи 62 ребёнка. 11 из этих размещений изначально планировались как временные (обычно на 7-10 дней во время школьных каникул). Остальные дети (51 ребенок) на конец отчетного периода продолжали находиться в приёмных семьях и получать психологическую и медицинскую поддержку от сотрудников СПБОО «Врачи детям».

Среди **качественных** показателей, которые могут присутствовать в отчете:

- характеристика удовлетворенности клиентов полученными услугами.
- достижения клиентов, изменения в их жизни
- влияние на сообщество:
 - «лечение» причины возникновения проблем
 - улучшение/изменение условий жизни
 - повышение качества предоставляемых услуг
 - расширение ассортимента/объемов предоставляемых услуг

- повышение доступности услуг
- распространение положительного опыта
- краткие результаты и выводы исследований
- другое

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

В 2004 году Санкт-Петербургская региональная благотворительная общественная организация помощи лицам без определенного места жительства «Ночлежка» описала результаты работы по своей программе «Заступничество и лоббирование изменений в законодательстве» следующим образом:

«Благодаря нашим усилиям в декабре 2004 года Законом Санкт-Петербурга принят «План основных мероприятий по профилактике бездомности и оказанию социальной поддержки лицам без определённого места жительства и лицам, освободившимся из мест лишения свободы, на 2005 – 2007 годы». Данная программа принципиально отличается от предыдущей. В составлении социального блока программы принимали участие наши специалисты и все наши предложения в новой программе были учтены. Программа способствует легализации и демаргинализации бездомных граждан Санкт-Петербурга. Благодаря этому документу в городе должно увеличиться число ночлежных домов, что при существовании предыдущей программы было невозможно. Также в программе предусмотрены: создание в Городском Пункте Учёта лиц БОМЖ круглосуточной горячей телефонной линии (телефон доверия); создание единой информационной базы данных организаций, осуществляющих работу по профилактике бездомности; создание информационной сети между этими учреждениями».

Подумайте также о наглядности представления этих результатов в годовом отчете. Хороши будут диаграммы, фотографии (но будьте аккуратны с их количеством и качеством). Вы также можете привести прямой речью отзывы клиентов, партнеров, других заинтересованных лиц и организаций, вставить цитаты из писем, выдержки из отчетов исследований или оценочных работ и т.д.

Если позволяет время и есть желание, то можно применить профессионально разработанные методики оценки деятельности НКО. Например, существуют методика оценки образовательных программ, разработанная МООТИК «Интертренинг», методика «Most significant change» Рики Дэвиса и Джесс Дарт, и др. Размещение в годовом отчете результатов оценки, сделанной по профессиональным методикам, может значительно повысить авторитет вашей организации.

ЭТАП 5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ УЧАСТНИКОВ СОСТАВЛЕНИЯ ОТЧЕТА

Как правило, в составлении отчета принимает участие достаточно большое число сотрудников организации – каждый подготавливает для отчета материалы по той части работы, за которую отвечает. В некоторых организациях свою лепту в годовой отчет вносят буквально все – от секретаря до директора. Сводит все вместе и адаптирует под выбранный формат координатор составления отчета.

Полезно также собирать мнения сторонних людей о вашей организации с тем, чтобы включить в отчет их оценочные суждения о вашей работе. Это повысит ваш статус и доверие к вашей организации. Это могут быть мини-интервью с вашими партнерами, донорами, или клиентами, или цитаты из оценочных анкет с ваших мероприятий, или выдержки из социологических отчетов, где упоминается ваша организация. Мнения можно собирать как в течение всего года, так и непосредственно перед созданием отчета, в конце года.

ЭТАП 6. СБОР И АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИИ

На этом этапе наконец наполняется содержанием созданная на более ранних этапах «болванка». В соответствии с выбранной структурой сотрудники сводят имеющиеся данные и предоставляют их ответственному лицу. Подсчитываются итоговые цифры, описывается динамика в развитии, берутся необходимые интервью, и т.д.

Для того, чтобы на этот этап уходило меньше времени, удобно заранее в течение года «фильтровать» материалы, которые потенциально могут войти в годовой отчет, и складывать их в определенном месте.

Запомните самое главное – информация должна быть осмысленной и достоверной!

ЭТАП 7. НАПИСАНИЕ ОТЧЕТА

Далее координатор отчета распределяет (если это необходимо) в каком объеме и какие содержательные блоки будут представлены в разных форматах (например, что будет вывешено на сайте организации, что пойдет в брошюру и т.д.), придает предоставленной ему информации единый стиль, и обеспечивает оформление и появление отчета в разных форматах.

И вот – отчет готов. Насколько хорошим он получился? Универсальных критериев качества годового отчета НКО нет. При подготовке и оформлении отчета приветствуется творчество – ведь именно оно поможет сделать ваш отчет интересным и запоминающимся.

К **плюсам**, стимулирующим позитивное восприятие человеком годового отчета незнакомой организации, чаще всего относят:

- структурированность отчета и четкая расстановка акцентов
- оптимальный объем
- сочетание текста и иллюстраций
- наличие стиля в изложении материала и оформлении
- доступность языка изложения, удобство чтения
- содержательность
- включение в отчет перспективных планов организации
- наличие финансовой части в отчете
- отражение динамики развития организации

Однако это не абсолютный перечень: что-то из этого списка может быть исключено при написании отчета, а что-то напротив – добавлено. Решение об этом остается всегда за вами.

О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ НИЖНЕГО НОВГОРОДА

«Надо хорошо знать целевую группу, которой будет предназначен отчет. От этого будет зависеть текст и стилистика. Иначе можно написать такой заумный текст, что никто ничего не поймет. Текст должен быть очень простой и доступный. Надо писать простыми словами, уйти от специфической терминологии. Между собой мы, как специалисты, можем общаться специальными терминами, но в брошюре все должно быть просто и доходчиво настолько, чтобы неосведомленный человек смог разобраться, о чем идет речь».

Перед тем, как опрывать отчет в печать или на зачку на электронные носители, дайте его посмотреть знакомым – возможно, со своим свежим взглядом они дадут вам ценные комментарии и рекомендации, которые помогут сделать ваш отчет более привлекательным и эффективным.

ЭТАП 8. ПУБЛИКАЦИЯ ОТЧЕТА

Название этапа говорит само за себя. Главная задача – отследить качество публикации и вовремя расплатиться со сторонними организациями, если они на этом этапе привлекаются.

ЭТАП 9. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ОТЧЕТА

Обычно организация делает одну-две публичных презентации своего отчета – на ежегодном собрании правления/ попечительского совета/ членов организации, и/или на дне открытых дверей. После этого отчет рассылается целевым образом ключевым партнерам, донорам, органам власти, и помещается на свободный доступ для всех заинтересованных лиц (например, в электронном виде на сайт, на стенд у входа в офис организации и т.д.) Кроме того, организация распространяет отчет в режиме «по потребности» – на конференциях при знакомстве с потенциальными партнерами, в процессе фандрайзинга, и т.д.



О СВОЕМ ОПЫТЕ РАССКАЗЫВАЕТ НКО ИЗ КАРЕЛИИ

«Мы печатаем сразу 100 экземпляров. В первую очередь, на отчетном годовом собрании каждый член организации получает по экземпляру отчета. У нас есть члены организации, с которыми мы можем видеться только раз в год, – это жители ближайших сел и населенных пунктов, работники образования, директора школ, заведующие детских садов, работники музыкальных школ. При этом я им говорю: «Каждый из вас где-то работает - на предприятии, в учреждении. Не держите брошюру дома, отнесите ее на работу, чтобы с деятельностью нашей организации смогли ознакомиться люди. А самое главное, чтобы они знали с какими вопросами к нам можно обращаться. Может, ваш сотрудник сам не нуждается в наших услугах и помощи, но нуждается его сосед, и ваш сослуживец посоветует соседу обратиться к нам». Проблемные семьи, т.е. наши непосредственные клиенты, брошюры читать не будут. И надо, чтобы общественность подключалась и могла подсказать, куда и зачем можно сходить.

Следующий этап распространения – в администрации, прямо в приемной на столике, где лежат всевозможные газеты и информационные материалы. Мы кладем свои флаеры и несколько экземпляров нашего отчета. Берет тот, кто хочет. И если они заканчиваются, мы докладываем еще.

Следующая целевая группа на получение нашей брошюры – это директора бизнес-компаний. У меня постоянно в сумке две – три брошюры. Если я прихожу в какое-то учреждение, особенно туда, где бывают люди (к примеру, в страховую компанию), я обязательно оставляю у директора на столе или в информационном уголке наш отчет.

Оставляем отчеты там, где проходит много людей. Обязательно носим во все школы, детские сады, во все дома культуры. Туда, где работают люди, которые общаются с детьми, видят детей, знают проблемных детей и могут дать сигнал.

Ну и конечно, распространяем на различных форумах, собраниях, везде, где мы бываем. И допечатываем их по мере надобности.

В офисе у нас стоит стенд со всеми нашими изданиями и брошюрами, которые мы издаем или издавали когда-либо, и обязательно там можно найти несколько экземпляров годового отчета. Ориентировочно за прошлый год мы распечатали и раздали около 400 экземпляров».

ЭТАП 10. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ И «РАБОТА НАД ОШИБКАМИ»

Продумайте процедуру сбора откликов на ваш отчет. Лучше всего делать это неформально. Через некоторое время после распространения отчета, при случае, спросите коллег, нашли ли они время познакомиться с вашим отчетом, удобен ли он для чтения, что в нем понравилось и т.д. Объясните, что вы собираете обратную связь и хотели бы сделать отчет в следующем году еще лучше. Фиксируйте все отклики и договоритесь с коллегами, где они будут храниться – чтобы ничего не забыть при подготовке следующего отчета.

Кстати, по рекомендациям GRI годовой отчет должен предусматривать формат обратной связи от целевой группы. Как правило, это осуществляется при помощи одного из трех механизмов:

1. на этапе создания отчета – может быть проведено обсуждение собранной информации с участием представителей тех групп, которые потом будут читать ваш отчет;
2. может состояться общественная дискуссия по готовому отчету;
3. в опубликованном отчете специально описан канал для обратной связи, например, указан адрес электронной почты, по которой можно направлять свои замечания и предложения по работе организации.

Хороший способ оценить ваш публичный годовой отчет – это принять участие в конкурсе годовых отчетов НКО, который проводит Комиссия по благотворительности и развитию законодательства об НКО Общественной палаты Российской Федерации в партнерстве с НПГО «Форум Доноров» и СПбОО «Центр развития некоммерческих организаций». Даже если вы не победите в номинации, у вас будет возможность получить экспертную оценку своей работы.

ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Литература

- Годовой отчет о работе НКО: атрибут современной организации. – Санкт-Петербург, Центр развития некоммерческих организаций, 2005
- Е.А. Иванова, А.Р. Акопян, С.Е. Литовченко. Корпоративный социальный отчет: как правильно рассказать о вкладе Вашей компании в развитие общества. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004
- Журнал «Интертренинг», №4, июль 2003 г. Тема номера: «Что считать результатами обучения и консультирования?»



Ссылки в Интернет

- Рубрика «Прозрачность» сайта «Закон и НКО»: http://www.nkozakon.ru/nko_transparency/
- А. Орлова. Годовой отчет НКО как инструмент для получения широкой общественной поддержки: <http://www.oprf.ru/comissions/6/materials/779>
- С. Готин. Как написать годовой отчет: <http://sgotin.livejournal.com/>
- Выпуск специализированного журнала «Бизнес и общество», посвященный теме корпоративной социальной отчетности: http://www.bio.org.ru/doc/bio_25.pdf
- Статья «Годовой отчет: как повысить ценность компании?»:
<http://www.connect.ru/article.asp?id=5445>
- Сайт для НКО, посвященный годовой отчетности (на англ.):
<http://www.nonprofitannualreports.net/>
- Советы по составлению годовых отчетов, написанные для индийских НКО (на англ.): <http://www.indianngos.com/ngosection/ngocredibility/goodpracticesannualreports.htm>
- Joanne Fritz. 10 Tips for Writing a Great Annual Report (для некоммерческих организаций): <http://nonprofit.about.com/od/nonprofitpromotion/a/annualreps.htm>
- William W. Tromble. Excellence in Advancement: Applications for Higher Education and Nonprofit Organisations: <http://books.google.ru>
- Международные рекомендации GRI: <http://www.globalreporting.org>
- Международные рекомендации AA1000: <http://www.accountability21.net/>
- Rick Davies and Jess Dart. «The 'Most Significant Change' (MSC) Technique: A Guide to Its Use» (2005): <http://www.mande.co.uk/docs/MSCGuide.htm>

ПРИМЕРЫ ГОДОВЫХ ОТЧЕТОВ НКО В ИНТЕРНЕТЕ

- Информационное экологическое агентство (ИнЭКА, Кемеровская область):
<http://ineca.ru/>
- Центр экспертиз «ЭКОМ» (Санкт-Петербург): <http://ecom-info.spb.ru/>
- Благотворительный фонд «Праздник жизни» (Якутск):
<http://www.holilife.ru/blago/>
- Общественная организация «Сибирская инициатива» (Барнаул):
<http://www.sibin.ru>
- Благотворительный фонд «Детская жизнь» (Нижний Тагил):
<http://www.childslife.ru/>
- Некоммерческое партнерство «Институт Развития Свободы Информации» (Санкт-Петербург): <http://www.svobodainfo.org/>
- Общественное объединение «Сутяжник» (Екатеринбург):
<http://www.sutyajnik.ru/>
- Общественный Фонд Тольятти: <http://www.fondtol.org/>
- Фонд развития некоммерческих организаций «Школа НКО» (Москва):
<http://www.ngoschool.ru/report/>
- Фонд «Институт экономики города» (Москва):
<http://www.urbanecomomics.ru>
- Годовые отчеты некоммерческих организаций – участниц конкурса годовых отчетов НКО 2005 года: http://www.soc-spb.ru/2005/year_otchet.php

ВНИМАНИЕ: КОНКУРС!

Комиссия Общественной Палаты РФ по развитию благотворительности и совершенствованию законодательства об НКО в партнерстве с Форумом Доноров, Центром развития некоммерческих организаций и информационным центром «Благотворительность в России» проводит **Всероссийский конкурс «Точка отсчета» – конкурс годовых отчетов за 2007 год донорских и некоммерческих организаций (НКО), реализующих благотворительные программы.**

Конкурс «Точка отсчета» направлен на широкое внедрение в благотворительную деятельность в России стандарта прозрачности и подотчетности перед обществом.

В Конкурсе «Точка отсчета» могут принять участие российские, иностранные и международные донорские и некоммерческие организации, которые осуществляют грантовые и другие благотворительные программы в России и зарегистрированы на территории Российской Федерации не менее года.

По результатам Конкурса «Точка отсчета» будут присуждены дипломы участникам и призы победителям в следующих номинациях:

- Для донорских организаций: «фонд местного сообщества», «частный фонд», «корпоративный фонд», «государственный донор»;
- Для некоммерческих организаций:
 - «лучший годовой отчет организации с бюджетом менее 1 млн. рублей»,
 - «лучший годовой отчет организации с бюджетом от 1 млн. до 10 млн. рублей»,
 - «лучший годовой отчет организации с бюджетом свыше 10 млн. рублей»;
- «Интернет–версия годового отчета» – для всех типов организаций-участников конкурса, разместивших свой годовой отчет в открытом доступе в сети Интернет
- «Дебют» – для донорских и некоммерческих организаций, впервые опубликовавших годовой отчет

Срок подачи отчетов с 21 апреля до 1 октября 2007 года.

Положение о конкурсе и форму заявки можно найти на сайтах:

www.infoblago.ru, www.crno.ru, www.donorsforum.ru

Прозрачность, эффективность, информационная открытость – необходимые атрибуты современной организации.

Участие в конкурсе Общественной палаты РФ – факт признания возможности благотворительного сектора быть эффективными в решении актуальных социальных задач.

Торжественное подведение итогов конкурса состоится в Москве, 4 ноября, в День народного единства и согласия.

Дополнительную информацию о Конкурсе «Точка отсчета» Вы можете получить:

- **Для некоммерческих организаций** у секретаря ЦРНО Анны Черепановой по телефону **(812) 718-3794** или электронной почте crno@crno.ru
- **Для доноров** у секретаря Форума Доноров по телефону **(499) 978 5993** или по электронной почте dfinfo@donorsforum.ru
- **Для СМИ, заинтересованных в освещении конкурса, у директора** Информационного центра «Благотворительность в России» Ларисы Булгаковой по телефону **(495) 787-7505** или электронной почте bulgakova@infoblago.ru

НКО КООРДИНАТЫ



Основные принципы деятельности некоммерческих организаций в РФ, или «НКО-координаты», разработаны в 2007 году при участии более 650 НКО из 21 региона РФ. Это первый шаг на пути саморегулирования НКО, создания «системы координат», «точек опоры» для развития и широкого применения механизмов саморегулирования, а также продвижения НКО в обществе.

Приглашаем НКО присоединиться к документу!

Познакомиться с полным текстом «НКО-координат» и поставить свою подпись под документом или в списке поддерживавших можно на сайте «Закон и НКО» http://www.nkozakon.ru/nko_transparency/

Свою поддержку документу могут выразить любые частные лица и организации.

ПРОГРАММА «УКРЕПЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ»

Реализуется Агентством социальной информации, фондом «Созидание» и Центром развития некоммерческих организаций» при поддержке Агентства США по международному развитию

ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ – помочь российским НКО получить широкую поддержку со стороны общества.

Целевая аудитория:

- представители российского среднего класса;
- российские НКО.

Деятельность в рамках программы базируется на следующих подходах:

- Участие людей в деятельности НКО необходимо сделать привлекательным и модным.
- Создание и продвижение некоммерческих брендов, чтобы они стали известны широкому кругу населения. Для этого на федеральном и региональном уровне будет проведена широкомасштабная PR/маркетинговая кампания.
- Потенциальные добровольцы должны получить легкий доступ к информации о том, кому, где и как можно помочь и участвовать в работе на добровольных началах. Для этого в ходе программы будет создан новый информационный ресурс – сайт «Компас добра» **www.kompas-dobra.ru**
- Прозрачность, подотчетность и хорошее управление должны стать ценностями и нормой жизни НКО. Для этого в ходе Программы будет проводиться обучение и различные мероприятия, которые будут способствовать повышению эффективности управления и прозрачности НКО.
- Все подходы и инструменты реализации Программы будут базироваться на проведенных социологических исследованиях. Цель исследований – изучение потребностей населения в деятельности некоммерческого сектора, факторов, способствующих и препятствующих участию граждан в добровольческой деятельности и благотворительности, а также опыта и потребностей НКО в развитии взаимодействия с населением.
- По каждому из компонентов Программы будут организованы бесплатные курсы дистанционного обучения (PR для НКО, Управление НКО, «Service-Learning», Работа с добровольцами в НКО).
- Опыт программы будет распространяться через конференции, круглые столы, тренинги, мини-проекты.

Более подробно с Программой можно познакомиться в организациях-членах консорциума, реализующих данную программу.