

ПУБЛІЧНИЙ ЗВІТ ОГС



ЗВІТУЄМОСЬ ІЗ ЗАДОВОЛЕННЯМ!

ПОСІБНИК З ПІДГОТОВКИ ПУБЛІЧНИХ ЗВІТІВ
ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЙ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.35:32

Рекомендації з підготовки публічних звітів для організацій громадянського суспільства: Збірка / Упоряд.: Любов Паливода, Марина Кондратенко – К.: [БФ «Творчий центр ТЦК»]

Б 2018. – 36 с.

Редактор – Лариса Швець

Розповсюджується безкоштовно. Продажу не підлягає.

У виданні представлено практичні рекомендації щодо підготовки й презентації публічного звіту організації громадянського суспільства (ОГС).

Збірка призначена для керівників організацій громадянського суспільства, громадських активістів, дослідників та інших зацікавлених осіб.



ТВОРЧИЙ ЦЕНТР ТЦК



MINISTRY OF
FOREIGN AFFAIRS
OF DENMARK
Danida



Ukraine

Публікацію було підготовлено в рамках проекту «Громадянське суспільство задля розвитку демократії та прав людини в Україні», що реалізується ПРООН за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Данії. Погляди, висновки та рекомендації належать авторам і укладачам цієї збірки і не обов'язково відображають думку Міністерства закордонних справ Данії, Програми розвитку ООН або інших агенцій ООН.

© БФ «Творчий центр «ТЦК», 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	04
РОЗДІЛ I. ПУБЛІЧНИЙ ЗВІТ ОГС	05
Що таке публічний звіт	05
Для чого потрібен публічний звіт ОГС	05
Кому цікавий публічний звіт	06
РОЗДІЛ II. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ НАД ЗВІТОМ	07
1 ЕТАП. Створення робочої групи	07
2 ЕТАП. Визначення мети та необхідних ресурсів для підготовки звіту	08
3 ЕТАП. Вибір формату і структури звіту	11
4 ЕТАП. Збір, систематизація та аналіз інформації	12
5 ЕТАП. Підготовка звіту	14
6 ЕТАП. Оформлення /друк та оприлюднення/розповсюдження звіту	15
7 ЕТАП. Збір коментарів, вивчення уроків	16
РОЗДІЛ III. СТРУКТУРА ПУБЛІЧНОГО ЗВІТУ ОГС	17
Титульна сторінка	17
Вітальне слово	18
Опис/презентація організації	19
Стислий огляд діяльності ОГС за звітний період	20
Презентація результатів діяльності та досягнень організації за напрямками діяльності організації	21
Організаційний розвиток ОГС	22
Фінансові результати	23
Партнери, донори, друзі організації	25
Структура, команда ОГС	25
Контакти	25
РОЗДІЛ IV. ПОРАДИ	26
Написання річного звіту	26
Оформлення елементів	27
Залучення консультатів чи позаштатних працівників	28
Часові рамки підготовки річного звіту	29
Розповсюдження Ввашого річного звіту	30
Як писати зрозумілою мовою	30
Оформлення	31
КОНТРОЛЬНИЙ СПИСОК ВІД ПОЧАТКУ ДО КІНЦЯ	33
КОНКУРСИ ПУБЛІЧНИХ (РІЧНИХ) ЗВІТІВ ВІД ТЦК	34

ВСТУП

У сфері бізнесу ідея створення публічних звітів про свою діяльність не нова, хоча серед українського сектору організацій громадянського суспільства та органів публічної влади така традиція ще формується. Тому особливо приємно бачити, що спільними зусиллями Творчого центру ТЦК, партнерів і донорів потроху змінюється філософія щодо публічних звітів ОГС.

Щороку все більше організацій громадянського суспільства в різних куточках України дотримуються принципів прозорості й публічності у своїй роботі.

Публічний (річний) звіт є ознакою прозорості та надійності організації, інструментом підвищення репутації й довіри в суспільстві. Готовність інформувати про досягнення та ресурси організації свідчить про її відкритість, а вміння якісно подати і презентувати свої напрацювання ще й про високий професіоналізм.

Чи існують єдині уніфіковані правила і рекомендації щодо написання публічних (річних) звітів? Ні, проте саме їх відсутність і надихнула нашу команду зібрати в одному виданні цікаві приклади та успішні практики.

Сподіваємося, що наші поради будуть корисні, допоможуть полегшити процес та підвищити якість підготовки публічного (річного) звіту!

Даний Посібник оновить ваші знання та підходи, необхідні для того, щоб вас почули члени організації та цільові групи вашої організації, щоб вами пишались члени організації та Наглядової ради, щоб ви змогли залучити нових прихильників та співробітників. Даний посібник створений для того, щоб допомогти персоналу організацій громадського суспільства готувати ефективні річні звіти та зробити цей процес менш клопітким. Посібник містить конкретні приклади, «лист перевірки» та інформацію, що допоможуть вам у вирішенні наступних питань:

- Зрозуміти елементи, які необхідні для створення хорошого річного звіту.
- Послідовно виконувати вісім кроків успішного створення документу.
- Підготувати та оформити звіт.
- Найняти консультантів чи позаштатних співробітників.
- Розповсюдити річний звіт.
- Створити бюджет.

РОЗДІЛ І. ПУБЛІЧНИЙ ЗВІТ ОГС

ЩО ТАКЕ ПУБЛІЧНИЙ ЗВІТ ОГС

Публічний звіт ОГС - це документ, який ёмко і наоч-но представляє діяльність вашої організації за певний період часу. Він інформує членів, клієнтів, співробітників, партнерів і суспільство в цілому про те, як ваша організація реалізує цілі, закладені в її місії або стратегічних планах. Звіт базується на реальних фактах і виконує одночасно звітну, інформаційну, презентаційну і навіть фандрайзингову функції.

Разом з тим, публічний звіт – це достовірний, різнобічний документ, завдяки якому ви можете повідомити про успіх вашої організації. Річний звіт є свідченням організаційного розвитку вашої організації, він підтверджує її дієвість та фінансову спроможність.

ДЛЯ ЧОГО ПОТРІБЕН ПУБЛІЧНИЙ ЗВІТ ОГС

З підвищеною увагою та підтримкою різних зацікавлених сторін діяльності ОГС очікується, що вони й самі продемонструють високий ступінь підзвітності своїм громадам та всім прихильникам своїх організацій. Крім того, якщо ОГС вимагають відповідальності від інших різних зацікавлених сторін (влади, бізнесу, ЗМІ тощо), вони самі повинні продемонструвати подібну прозорість та підзвітність. Публічний звіт ОГС є ідеальним інструментом для демонстрації своєї прозорості та готовності відкрити свої програмні та фінансові звіти широкій громадськості.



Створення річного звіту має на меті, в першу чергу, цілі, спрямовані на зовнішнє середовище організації. Річний звіт створюється, щоб:

- інформувати громадськість про внесок організації у розвиток громади/суспільства. Заснований на правдивій інформації, річний звіт веде до поліпшення репутації організації, підвищує довіру до неї, що, в кінцевому рахунку, призводить до поліпшення позиції організації на ринку послуг;
- продемонструвати значущість і надійність організації клієнтам, колегам, владі, потенційним партнерам. Річний звіт стає інструментом створення ділової репутації та залучення ресурсів (потенційні донори використовують його під час оцінки діяльності організації);
- підтвердити легитимність організації, підвищити довіру громади/суспільства до організації та підтвердити її визнання клієнтами, партнерами та донорами.

Річний звіт допомагає організації оцінити й осмислити власну діяльність. Зокрема, він дозволяє:

- проаналізувати діяльність організації за рік, оцінити сильні та слабкі сторони, врахувати їх при плануванні подальшої роботи. Регулярне створення річних звітів сприяє цілісному розумінню динаміки розвитку організації і перспектив її діяльності в місцевому співтоваристві;
- створити систему збору інформації про діяльність організації (про клієнтів, членів, послуги, партнерів і т.д.) Це особливо важливо для молодих організацій;
- підвищити цінність організації в очах співробітників і волонтерів, які в процесі створення річного звіту краще уявляють основні напрями діяльності організації, її витрати й доходи, а значить, можуть сформулювати конструктивні пропозиції щодо оптимізації діяльності. Крім того, коли видно результат роботи, підвищується мотивація тих, хто працює в організації («я тут не дарма», «у цьому є і мій особистий внесок»);

- активізувати наявні ресурси (людські, фінансові, матеріальні, інформаційні, часові);
- посилити організаційну спроможність;
- своєчасно змінити та/чи уточнити місію організації та напрями діяльності (за необхідності).

Тобто річний звіт може допомогти і в вирішенні внутрішніх завдань організації.

Таким чином, річний звіт може бути використаний як:

- Інструмент підвищення мотивації співробітників;
- Засіб для аналізу роботи організації;
- Інструмент ПР;
- Засіб для залучення ресурсів;
- Аргумент під час роботи з владою;
- Можливість залучити нових членів, партнерів та клієнтів;
- Основа для інших матеріалів організації;
- Інструмент документування історії організації.

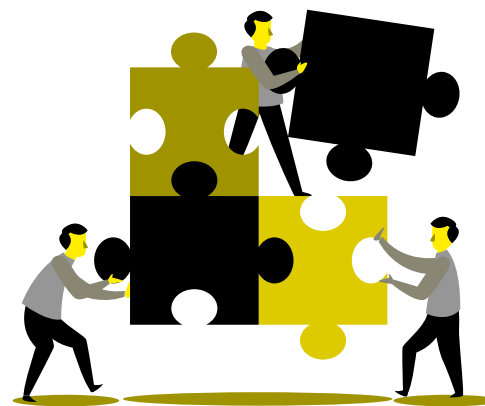
КОМУ ЦІКАВИЙ ПУБЛІЧНИЙ ЗВІТ

Вашими цільовими групами під час створення звіту можуть бути:

- Співробітники, волонтери і члени організації;
- Засновники та члени наглядової ради/ дорадчого комітету;
- Клієнти організації (фактичні та потенційні отримувачі послуг);
- Донори (існуючі й майбутні);
- Державні органи й установи та органи місцевого самоврядування;
- Партнери (існуючі й майбутні);
- Інші ОГС та мережі ОГС, які працюють у схожих сферах;
- Здобувачі, які бажають працювати у вашій організації;
- Засоби масової інформації;
- Широка громадськість;
- Дослідники.

РОЗДІЛ II. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ НАД ЗВІТОМ

Підготовка публічного (річного) звіту – досить трудомісткий процес. Перш за все, потрібно розробити план роботи над звітом за такими етапами.



- 🧩 СТВОРЕННЯ РОБОЧОЇ ГРУПИ
- 🧩 ВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ТА НЕОБХІДНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ЗВІТУ
- 🧩 ВИЗНАЧЕННЯ ФОРМАТУ І СТРУКТУРИ ЗВІТУ
- 🧩 ЗБІР, СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ТА АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЇ
- 🧩 ПІДГОТОВКА ЗВІТУ
- 🧩 ОФОРМЛЕННЯ, ДРУК, ОПРИЛЮДНЕННЯ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ЗВІТУ
- 🧩 ЗБІР КОМЕНТАРІВ, ВИВЧЕННЯ УРОКІВ

Зупинимося детальніше на кожному з них.

1 ЕТАП. Створення робочої групи

В організації повинен бути призначений один відповідальний за створення цього документа, який буде організовувати процес його розробки, виробництва і розповсюдження, і ще кілька ключових співробітників, які братимуть участь в обговоренні концепції – цілей, завдань, цільових груп, формату, структури та інших важливих аспектів річного звіту. Важливо, щоб серед них були люди, що частіше за інших представляють організації у зовнішньому середовищі. Для невеликих організацій цей етап простіший, як прави-

ло, під час створення річного звіту беруть участь усі члени/співробітники організації.

Ще до того, як ви почнете працювати над звітом, подумайте, скільки грошей ви можете виділити на його створення, це буде впливати на ваші рішення на наступних етапах. За умови обмеженого бюджету організації звіт можна зробити на волонтерських засадах і взагалі без фінансування, однак якщо фінансові можливості дозволяють, то річний звіт вартий того, щоб виділити на нього частину наявних коштів. Найзручніше виділяти на нього кошти із зібраних

членських внесків або приватних пожертв, або з доходів від підприємницької діяльності ОГС. Ще один варіант – заздалегідь закласти ці гроші до витрат на PR при фандрайзингу на публічні проекти або загальну підтримку організації (але тут потрібно бути готовим до того, що донори здебільшого не люблять фінансувати те, що безпосередньо не стосується роботи за запропонованим ними проектом).

Попередьте фінансового менеджера або бухгалтера про витрати на підготовку річного звіту, щоб він міг заздалегідь продумати, з якої статті бюджету можна буде взяти на це гроші.

2 ЕТАП. Визначення мети та необхідних ресурсів для підготовки звіту

Перше, що слід зробити, якщо необхідно підготувати звіт, це визначити для нього чітку мету. Мета варто сформулювати одним реченням, яке чітко визначитиме, чого організація бажає досягти за допомогою звіту. Чітко визначена мета має важливі переваги:

- Вона допоможе вирішити, яку інформацію врахувати чи відкидати;
- Вона допоможе організувати звіт у зручній для читача формі;
- Вона полегшить написання звіту.

Чітка мета дає критерій, за допомогою якого можна оцінити інформацію і вирішити, чи слід її включати. Якщо чіткої мети немає, то можна змарнувати багато часу, вивчаючи всю інформацію, лише, щоб з'ясувати пізніше, що більша частина інформації в кінці кінців не буде потрібна. Одне із завдань правильно сформульованої мети – ефективно використання часу на стадії підготовки звіту.

Питання, що допоможуть визначити мету звіту

- Хто буде читати звіт?
- Навіщо він їм потрібен?
- Про які аспекти вони хочуть дізнатися?
- Про що вони *не* хочуть знати?
- Що вони знають з цього питання?

Мета завжди повинна чітко вказувати, хто є потенційними читачами. Постарайтеся визначити, для кого в першу чергу ви робите звіт, і навіщо він їм може бути потрібен. Залежно від цього сформулюйте, на яких моментах варто зупинитися докладніше, і як людям зручніше знайомитися з вашим документом. Наприклад,

якщо це клієнти, то їм, швидше за все, буде цікаво опис ваших послуг, методів роботи і тих результатів, яких вам вдалося досягти. Якщо ваша основна цільова група – це грантодаючі фонди та інші донори, то для них важливо отримати чітке уявлення про фінансові потоки вашої організації, а також про фактичні результати вашої роботи і плани на майбутнє. Якщо це органи державної влади, то тут важливо уявити обсяг проведеної вами роботи: число ваших членів, клієнтів і послуг.

Із вибраними цільовими аудиторіями можна проконсультуватися: різними способами їх можна запитати про те, що, на їх погляд, має бути відображено в цьому документі, що для них істотно, як повинен виглядати звіт, щоб їм було його цікаво читати. Крім того, у них можна також дізнатися, що, на їх погляд, організація могла б робити краще, а потім відбити цей процес взаємодії в звіті.

Є три проблеми. Перша полягає в тому, що цільових груп зазвичай декілька, а друга і третя впливають з першої. При збільшенні числа акцентів, важливих для різних цільових груп, може значно зрости обсяг вашого звіту, і, відповідно, він стане «тяжкоперетравним» для тих, хто з ним знайомиться. Ну і, нарешті, для кожної цільової групи може бути необхідний свій стиль викладу.

Як же можна впоратися з цими проблемами?

Варіант а: можна докладно зупинитися у звіті на всіх важливих моментах, які цікавлять всі цільові групи, але одночасно зробити якісним зміст або придумати

Зовнішні та внутрішні користувачі публічного звіту ОГС

	Цільові групи	Що дає звіт для цільової групи?
Зовнішні користувачі	Клієнти (інші користувачі послуг)	Розуміють спектр послуг ОГС, які питання чи проблеми можна вирішити.
	Партнери, інші ОГС	Знаходять «точки дотику» і виділяють напрями та проекти, за якими можуть співпрацювати.
	Органи публічної влади	Мають додатковий аргумент при роботі з ОГС.
	Засоби масової інформації, науковці, представники громадськості	Звертають увагу на роль і місце ОГС у розвитку територіальної громади, регіону, у масштабах країни. Звіт виступає як інструмент для пошуку партнерів.
	Донори, благодійники	Бачать, на що і як ефективно була витрачена їх фінансова підтримка. З'являються нові донори та кредит довіри до ОГС.
Внутрішні користувачі	Команда співробітників, члени ОГС	Відчувають причетність до загальних результатів ОГС (підвищується мотивація).
	Потенційні співробітники, волонтери	Долучаються до цікавих проектів ОГС.
	Члени ОГС, члени Наглядової Ради, Правління, дирекція	Оцінюють значимість організації та масштаби реалізованих проектів.

мати інший зручний «путівник» по вашому звіту, щоб кожен міг легко знайти в ньому цікавий для нього фрагмент. Для оформлення в даному випадку краще використати стиль, який відображає внутрішній дух вашої організації.

Варіант б: зробити один великий звіт (як пропонує варіант а) і декілька скорочених, «заточених» під конкретну цільову групу. При цьому для їх подання використовувати різні формати: один надрукувати у вигляді кольорової брошури, інший закачати на CD, третій просто вивісити на сайт або зробити у вигляді листівки і т.д.

Ряд проблем може відпасти, якщо ви відразу визначите, як будете поширюватися звіт. Складіть приблизний список каналів розповсюдження, і для кожного з них – список того кому ці звіти потраплять

і скільки екземплярів (орієнтовно) неохідно. Ось один з можливих списків того, де і кому можуть бути поширені звіти:

- на звітних річних зборах членам організації,
- особисто або поштою представникам грантодаючих фондів,
- особисто або поштою керівництву організації-партнерів з бізнесу,
- особисто або поштою фахівцям з профільного комітету адміністрації, що працюють з вашою організацією,
- фахівцям на різних профільних заходах (форуми, семінари тощо),
- вашим клієнтам і гостям в офісі вашої організації,
- там, де буває багато людей, яких цікавить ваша

робота (наприклад, дитячі заклади, будинки культури, будинки творчості юних, приймальня адміністрації та ін.).

Ця невелика процедура допоможе вам також визначити мінімально необхідний і максимально розумний обсяг тиражу вашого звіту (якщо ви випускаєте його паперові копії або пишете диски).

Ще одне питання, яке має сенс продумати на початковій стадії планування звіту: чи потрібно перекладати його іншими мовами? Подумайте: для кого ви створюєте іншомовні версії звіту і скільки приблизно цих людей? Якщо вони є серед ваших ключових цільових груп, то, зрозуміло, варто це зробити. Однак будьте дуже обережні при плануванні формату, в якому іншомовний звіт буде представлений. З електронними версіями звіту в цьому питанні простіше: можна спочатку поставити вибір мови або дати зручне посилання з головної сторінки на інші мови. Але з паперовими копіями складніше. Деякі вирішують це питання, створюючи «двосторонній звіт»: з одного боку брошури – українською, а з іншого – іноземною. Але якщо іноземців серед читачів вашого звіту в десятки або сотні разів менше ніж співвітчизників (а найчастіше так і буває), то це зайві витрати, і не коректно щодо читачів. Краще зробіть основний тираж рідною мовою і окремо кілька копій – іноземною, або ж створіть іноземну версію звіту тільки в електронному вигляді, це дасть вам можливість заощадити кошти.

► **Важливо при плануванні проаналізувати ресурси, які необхідні для підготовки звіту, а саме:**

Ресурси ОГС	Внутрішні	Зовнішні
Людські		
Фінансові		
Матеріальні		
Часові		
Інформаційні		

Визначте також, чи хочете ви дотримуватися міжнародних стандартів і рекомендацій звітності, і як ви будете їх використовувати при розповсюдженні звіту. Найбільш відомі рекомендації GRI (Global Reporting Initiative). Нині ці стандарти орієнтовані в першу чергу на бізнес. Однак є прецеденти їх використання некомерційними організаціями, а в найближчому майбутньому GRI планує адаптувати свої стандарти під некомерційний сектор. Більш детально з міжнародними стандартами звітності можна познайомитися на сайтах <http://www.globalreporting.org> і <http://www.accountability21.net/>.

Деякі організації, які встигли затвердити традицію створення щорічних звітів, придумують щороку нову тему для звіту. Це дозволяє їм не повторюватися, а робити кожен рік нові акценти у своїй роботі і бути завжди новими і цікавими для своїх партнерів, донорів, клієнтів і т.д. Тема – це «стрижень» вашого звіту. Так само, як на національному рівні затверджується Рік Дитинства, або Рік благодійності, ви можете в своїй організації вибрати свою тему Року. Якщо ж виділити якусь одну змістовну тему складно, темою може стати якась важлива подія, що відбулася всередині організації. Можливі варіанти – ювілей організації, зростання і розвиток організації, збільшення обсягу залучених коштів, вихід організації з кризи, і т.д. Таким чином, тема – це те, чим запам'ятався минулий рік, його коротка характеристика.

Це допоможе з'ясувати, чи вистачає ОГС внутрішніх ресурсів для якісного публічного (річного) звіту та до яких етапів підготовки звіту доцільно залучити зовнішні ресурси. Для прикладу: у вашій команді відсутній дизайнер, тому ви можете підготувати зміст звіту, а залучений професійний дизайнер додасть йому унікальності та яскравості. Цю людину вам потрібно залучити ззовні, тому у вищевказаній таблиці, в графі «Людські ресурси», вам необхідно зазначити,

що дизайнер буде зовнішнім експертом. Чим детальніший аналіз, тим більше організаційних моментів будуть вами вирішені завчасно.

На цьому етапі необхідно дати відповіді на такі запитання: яким є бюджет на підготовку й оприлюднення звіту; терміни підготовки звіту; канали поширення; мови звіту; тираж; шляхи оприлюднення звіту; інші питання.

ІЗ ЕТАП. Вибір формату і структури звіту

ФОРМАТ ПУБЛІЧНОГО ЗВІТУ ОГС

Виділяють друкований, електронний, у вигляді «живої» презентації. Втім, є ряд нюансів.

Друкований звіт	Плюси	Мінуси	Звернути увагу
Окреме друковане видання	Звичайний формат	Вартість залежить від особливостей друку (якості паперу, тиражу)	Виклад інформації – стисло, змістовно. Навіть якщо ваша організація працює 5-10 років, обсяг тексту звіту має бути оптимальним
Публікація в періодичному виданні	Відносно дешево	Досить стисло Сприймається як один із матеріалів періодичного видання	Такий формат можна використовувати в разі презентації досягнень за рік (неповний рік, квартал)
Електронний звіт	Плюси	Мінуси	Звернути увагу
Диски, флеш-накопичувачі	Відносно недорого Можна розмістити великі обсяги інформації	Не зовсім зручний представницький формат Незручно читати з екрана	Звіт у цьому форматі зручно тиражувати
На офіційному веб-сайті ОГС чи інших профільних порталах	Доступність, охоплення аудиторії, зворотній зв'язок, без обмежень обсягу, різні мови, архів	Потребує просування в мережі Інтернет, ЗМІ Важко читати з екрана	Може бути окрема вкладка (розділ) на сайті, присвячена презентації результатів діяльності ОГС (у форматі <i>Power Point</i> , <i>інфографіки</i> , <i>відеореоліку</i> , <i>в іншому вигляді</i>)
Жива презентація	Плюси	Мінуси	Звернути увагу
	Швидкий зворотній зв'язок, можна модифікувати презентацію під цільові групи	Потрібне спеціальне обладнання, модератор. Не залишається нічого в руках	Дозволяється музичний (та/або фото) супровід.

Краще опублікувати звіт відразу в декількох форматах. Публічний річний звіт найбільш ефективний при поєднанні різних форматів його подання, бо це підвищує його доступність для різних цільових груп.

Якщо у вас невелика організація з дуже обмеженим бюджетом, зробіть, як мінімум, електронну версію звіту, роздрукуйте її на папері й розмістіть в Інтернеті.

СТРУКТУРА ПУБЛІЧНОГО (РІЧНОГО) ЗВІТУ

Єдиного затвердженого переліку того, що повинно входити в публічний річний звіт, не існує. Однак є деякі загальні принципи складання звітів, рекомендовані практикою і здоровим глуздом. Зокрема, звіт повинен містити інформацію як про змістовну, так і про фінансовий бік діяльності організації за звітний період. Він базується на конкретних фактах і відображає результати виконаної роботи. Результатам варто приділити особливу увагу. Вони повинні містити як кількісні, так і якісні показники, а також оцінювати ефект діяльності організації з точки зору того, що вона дає суспільству, як змінює життя своїх клієнтів.

З яких же розділів може складатися річний звіт? У змістовній частині вам необхідно:

Коротко представити свою організацію.

1. З потрібним ступенем деталізації описати свою роботу за звітний період.
2. Подякувати всім своїм партнерам і донорам.
3. Похвалитися великими і малими досягненнями.
4. Поділитися, як плануєте розвивати свою діяльність далі.

Відповідно, у звіт можуть бути включені всі або найбільш значущі для ваших цілей пункти:

- Титульна сторінка;
- Вітальне слово;
- «Візитівка» організації: історія, місія, бачення, програмні напрями, види діяльності, цільові групи;

- Звіт за напрямками діяльності організації;
- Організаційний розвиток;
- Визнання й нагороди;
- Медіа-присутність;
- Фінансові результати (за наявності – витяг з Аудиторського звіту);
- Партнери, донори, друзі організації;
- Структура, команда ОГС;
- Контакти.

Наведена структура звіту є орієнтовною. Окремі розділи можна об'єднувати, додавати інші. Головне, щоб зміст вашого звіту фокусував увагу на темах і показниках, які відображають вплив організації, дають змогу оцінити здобутки ОГС за звітний період, можуть вплинути на подальші дії з боку зацікавлених осіб. Для цього варто також пам'ятати про подачу інформації у доступній і зрозумілій формі.

Деталі щодо наповнення кожного розділу структури звіту представлено в Розділі III даного Посібника.

4 ЕТАП. Збір, систематизація та аналіз інформації

Опис результатів роботи – один з найбільш важливих і в той же час найбільш складних етапів складання публічного річного звіту. Він актуальний для всіх цільових груп. Тут дуже важливо показати і обсяг реалізованої вами роботи, і її якість, і наскільки глибокими і значущими для суспільства були її результати. Крім того, вам потрібно співвіднести все перераховане з вашими зусиллями і ресурсами, адже саме це співвідношення відображає ефективність вашої роботи.

Збір інформації, необхідної для написання звіту, включає чотири стадії:

1. Визначення потрібної інформації;
2. Збір матеріалів/документів;
3. Систематизація інформації;
4. Аналіз інформації.

Визначення інформації. І тут сформульована мета звіту виявиться корисною. Погляньте на неї і скажіть, про що вона інформує. Складіть список загальних

питань, які слід висвітлити. На цьому етапі для ОГС важливо відібрати кількісну та якісну інформацію, яка потрібна для подальшого аналізу. Наприклад:

КІЛЬКІСНА (в абсолютних (число) і відносних (частка, відсоток) показниках)	ЯКІСНА
<input type="checkbox"/> Кількість програм, проектів, заходів, курсів та ін. Подій <input type="checkbox"/> Число регіонів, охоплених проектом / програмою <input type="checkbox"/> Кількість організацій - партнерів <input type="checkbox"/> Кількість клієнтів і / або учасників, які отримали послуги / взяли участь в проекті / в окремих заходах / ... І т.д. <input type="checkbox"/> Число учасників навчання / випускників <input type="checkbox"/> Кількість публікацій (і число сторінок у них) <input type="checkbox"/> Кількість поширених примірників <input type="checkbox"/> Кількість проведених досліджень <input type="checkbox"/> Число звернень в організацію <input type="checkbox"/> Деякі характеристики, проведених заходів (наприклад, частота і тривалість семінарів, консультацій тощо) <input type="checkbox"/> Параметри баз даних <input type="checkbox"/> Кількість волонтерів <input type="checkbox"/> Кількість людино-годин, відпрацьованих волонтерами та членами організації безоплатно <input type="checkbox"/> Інше	<input type="checkbox"/> Опис послуг, які надає ОГС <input type="checkbox"/> Успішні історії, зміни в житті цільових груп <input type="checkbox"/> Вплив на громаду (суспільство): <input type="checkbox"/> Вирішення проблем <input type="checkbox"/> Покращення якості/ збільшення кількості послуг <input type="checkbox"/> Покращення доступності послуг <input type="checkbox"/> Поширення досвіду <input type="checkbox"/> Результати соціологічних (інших) досліджень <input type="checkbox"/> Коментарі партнерів/ донорів

Експерти відзначають, що саме ретельний підхід на цьому етапі може дати поштовх для створення відповідної системи збору інформації про діяльність ОГС всередині організації.



- 🧩 РОЗРОБИТИ СИСТЕМУ МОНІТОРИНГУ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ
- 🧩 ЗБИРАТИ ПРОТЯГОМ РОКУ КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ
- 🧩 ЗБИРАТИ ЯСКРАВІ ФОТО ІЗ ЗАХОДІВ ОРГАНІЗАЦІЇ
- 🧩 ЗБИРАТИ ВІДГУКИ КЛІЄНТІВ ТА ПУБЛІКАЦІЇ У ЗМІ

Збір матеріалів/документів. Існує три головних джерела інформації, а саме: внутрішні матеріали вашої організації, публічна інформація та інформація отримана від спілкування з людьми. Внутрішні джерела інформації включають: статутні документи; плани, стратегії розвитку; поточні звіти ОГС, що містять інформацію про проведені заходи, реалізовані проекти чи програми тощо. Публічна інформація – публікації та звіти, газети, журнали, брошури тощо. Спілкування з людьми: ця інформація може бути отримана зсередини організації чи із зовнішніх джерел; у будь-якому разі це, справді, дивовижно, оскільки можна дізнатися про потрібну інформацію, просто телефонуючи комусь або з кимось зустрічаючись.

Систематизація інформації. На цьому етапі нарешті наповнюється змістом створена на більш ранніх етапах «болванка». Відповідно до обраної структури співробітники зводять наявні дані і надають їх відповідальній особі. Підраховуються підсумкові цифри, описується динаміка в розвитку, беруться необхідні інтерв'ю і т.д. Для того, щоб на цей етап йшло менше часу, зручно заздалегідь протягом року «фільтрувати» матеріали, які потенційно можуть увійти до річного звіту, і складати їх в певному місці. Запам'ятайте найголовніше: інформація повинна бути осмисленою і достовірною!

Аналіз інформації. На цьому етапі проводиться детальний аналіз документів, проектів (програм), наданих послуг, пошук «історій успіху», результатів, якими може пишатися ваша організація. Відбувається аналіз скомпонованих кількісних та якісних параметрів, зокрема фінансових показників. Результати

аналізу формують основу для написання звіту, у якому ви маєте розповісти про вміння ефективно досягати поставлених цілей і управляти фінансами. Тому важливо правильно інтерпретувати дані про успіхи і здобутки.

Як правило, у звіті подаються висновки про діяльність ОГС за минулий рік. Враховуючі значні витрати, пов'язані з підготовкою звіту, ОГС у своїх звітах можуть показувати здобутки за 2-3-5 років.

5 ЕТАП. Підготовка звіту

Процес написання звіту є одним з методів згуртування колективу навколо спільної ідеї. Цей процес дає можливість побачити, скільки всього зроблено і пройдено разом. Традиційно «мозковий» штурм дозволяє нестандартно і творчо підійти до підготовки публічного звіту.

Універсальних критеріїв якості річного звіту ОГС немає. При підготовці та оформленні звіту вітається творчість, адже саме вона допоможе зробити звіт цікавим і незабутнім. До плюсів, стимулюючих позитивне сприйняття людиною публічного звіту незнайомою організацією, найчастіше відносять такі:

- структурованість звіту і чітка розстановка акцентів;
- логіка викладу: звіт можна побудувати навколо напрямів (видів) діяльності, за реалізованими програмами або застосовуючи власний підхід;
- оптимальний обсяг;
- поєднання тексту та ілюстрацій;

Авторські права

Якщо ви переписуєте у своєму звіті чийсь матеріал, то тим самим порушуєте авторські права (за винятком коротких цитат з посиланням), навіть якщо звіт призначений лише для внутрішнього користування. Однак авторські права стосуються лише слів. Якщо ви берете ідею і переписуєте її власними словами, - ви у безпеці. В іншому разі зверніться до автора або власника авторських прав за дозволом на використання їх матеріалів (і отримайте від них згоду у письмовій формі).

- наявність стилю у викладі матеріалу й оформленні;
- доступність мови викладу, зручність читання: намагайтеся викласти текст простою і зрозумілою мовою. Пишіть текст простими реченнями. Уникайте надмірного використання специфічної термінології чи іншомовних слів. Відповідально поставтеся до якості перекладу. Якщо у вашій організації немає професійних перекладачів чи носіїв мови, краще віддайте звіт на переклад досвідченим фахівцям;
- змістовність;
- включення у звіт перспективних планів організації;
- наявність фінансової частини у звіті;
- відображення динаміки розвитку організації.

Однак це не абсолютний перелік: щось з цього списку може бути викреслено під час написання звіту, а щось, навпаки, – додано. Рішення про це залишається завжди за вами.

6 ЕТАП. Оформлення /друк та оприлюднення/розповсюдження звіту

Не поспішайте тиражувати. Перед тим, як направляти звіт до друку, переконайтеся у «візуальній привабливості» звіту. Чи немає нічого зайвого? Можливо, чогось не вистачає? Зробіть «чорнову» версію публічного (річного) звіту. Залучіть працівників або зовнішніх експертів, щоб оцінити, як сприймається звіт. Це дозволить уникнути суб'єктивного погляду на звіт.

Якщо ваша організація не має професійного обладнання для друку, не варто братися за цей процес. Довіртеся професіоналам: замовляйте послуги в надійному видавництві або іншій спеціалізованій компанії. Остаточо погодьте дати передачі матеріалів у видавництво, огляньте макет до друку, зверніть увагу на кольори, підтвердіть тираж, з'ясуйте завчасно інші організаційні питання. Не менш важливим є те,

як ваш звіт виглядає. Ось деякі поради щодо оформлення звіту:

- уникайте суцільного тексту у звіті, орфографічних помилок;
- використовуйте заголовки і підзаголовки;
- виділяйте основне повідомлення/думку, яку ви хочете донести до читача;
- нумеруйте розділи; подвійні інтервали, широкі поля;
- таблиці, діаграми, малюнки мають бути доречні, доповнювати текст;
- фотографії повинні відповідати змісту повідомлення, фото повинні бути гарної якості (принцип різноманіття: різні групи, різний ракурс);
- для графічних акцентів у звіті залучіть професійних дизайнерів;
- дотримуйтеся охайного і простого оформлення;
- не робіть різнокольорові звіти, 1-3 кольори сприймаються органічно.

Зазвичай організація робить одну-дві публічних презентації свого звіту: на щорічних зборах правління / опікунської ради / членів організації і / або на дні відкритих дверей. Після цього звіт розсилається цільовим клієнтам та партнерам, донорам, органам влади і поміщається на вільний доступ для всіх зацікавлених осіб (наприклад, в електронному вигляді на сайт, на стенд біля входу в офіс організації тощо). Крім того, організація розповсюджує звіт в режимі «за потребою» на конференціях, під час знайомства з потенційними партнерами, в процесі фандрайзингу тощо.

На момент оприлюднення звіту вже мають бути зрозумілі: i) канали поширення інформації (поштові повідомлення, радіоефіри, потенційні телепередачі, яким можуть бути цікаві ваші досягнення, офіційний веб-сайт ОГС, власна сторінка у соціальних мережах, Youtube-канал); та ii) база даних осіб, яких ви хочете ознайомити з результатами звіту (основні партнери, донори, благодійники, органи влади). Якщо згаданих

списків (чи баз даних) у вас ще немає, це привід до проведення такої роботи. Надалі ви зможете постійно поповнювати існуючу базу даних новими контактами. Розділіть контакти за цільовими групами (партнери, донори, ЗМІ, органи влади, клієнти, волонтери тощо).

Добре, якщо є можливість поєднати оприлюднення звіту з важливою подією в житті вашої організації – святкуванням ювілею, запуском нового проекту. Звичайно, оприлюднення звіту (особливо для невеликих ОГС) можна провести і під час інших офіційних заходів (тематичні чи особисті зустрічі, форуми), у процесі фандрайзингу.

Важливо не просто роздати звіти, а донести **ключовий меседж**:

«Ми є – ми діємо (втілюємо в життя гарні справи та ініціативи) – робимо свій внесок у розвиток суспільства – нам можна вірити – нам потрібна ваша підтримка»

7 ЕТАП. Збір коментарів, вивчення уроків

Слід зазначити, що цей етап більшість ОГС оминають. Проте саме він дозволить ОГС якісно змінити, поліпшити наступний звіт, проаналізувати та виявити недопрацювання. Експерти радять проводити «Збір коментарів та вивчення уроків» неформально, усно або письмово. Завдання – максимально зібрати від користувачів висловлені пропозиції, зауваження, рекомендації, враження від ознайомлення зі звітом. Очевидний мінус – складно проводити збір думок (опитування) малознайомих людей. Відгуки можуть стосуватися не лише змісту чи наповнення звіту, а й пропозицій щодо поліпшення діяльності ОГС. З огляду на важливість цього етапу, необхідно призначити відповідального (або групу відповідальних осіб), визначити, в який спосіб (бесіда, телефонне опитування, анкетування, інтерв'ю) збирати інформацію, та яким чином її узагальнювати. Отримані дані необхідно зберігати до підготовки наступного публічного звіту.

РОЗДІЛ III. СТРУКТУРА ПУБЛІЧНОГО ЗВІТУ ОГС

Структура публічного (річного) звіту

Донори, корпоративні благодійники та інші люди, які ознайомлені із великою кількістю річних звітів, очікують знайти інформацію у публічному звіті ОГС у певному порядку. Це допоможе вам структурувати ваш звіт. Проте, це також зобов'язує вас зробити текст стислим, аби передати важливу інформацію у декількох словах. Малюнки, що створюють візуальну привабливість, повинні бути ретельно відібрані, щоб справити відповідне враження.

Як правило, публічний звіт будується таким чином:

- Титульна сторінка – заголовок та тема, а також назва організації та її логотип.
- Вітальне слово.
- Зміст (розміщувати необов'язково).
- Опис організації – історія ОГС, місія, бачення, програмні напрямки, види діяльності – одне або

два речення по кожній позиції. Філософія організації та її цінності/принципи діяльності.

- Статистика та короткий огляд вашої діяльності за звітний період.
- Презентація результатів діяльності та досягнень організації за напрямками діяльності організації.
- Організаційний розвиток.
- Фінансовий звіт: баланс за два останні роки (доходи та витрати) та витяг з аудиторського звіту (мета та висновки).
- Премії, гранти, нагороди, які отримала ваша ОГС.
- Список засновників, керівників, членів Наглядової ради та правління, членів організації (якщо їх небагато), список співробітників та волонтерів.
- Заключна сторінка – логотип вашої організації, адреса, номери телефонів, електронна пошта та адреса сторінки в інтернеті, будь-яка робота фотографа чи спонсора.

Підходи до підготовки та оформлення окремих частин звіту

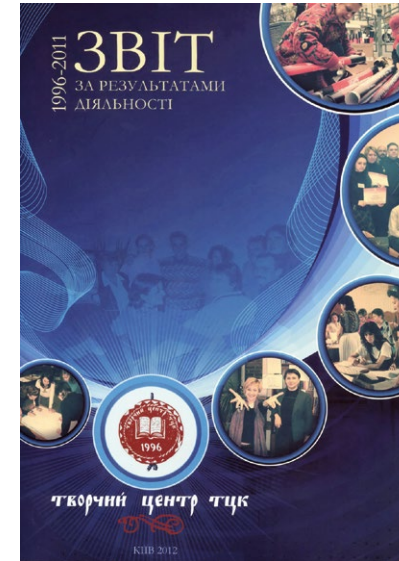
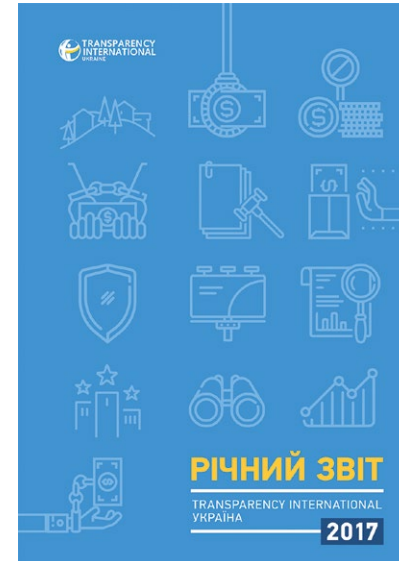
Титульна сторінка

Все починається з візуально привабливої титульної сторінки. Її завдання – підсвідомо викликати інтерес, заохотити ознайомитися далі зі звітом. Титульна сторінка містить назву організації; період, за який звітується ОГС (рік, два, п'ять). Також можна зробити акцент на географію діяльності організації (країна, регіон, місто, громада), продемонструвати основні цінності, суть вашої діяльності, розмістити слоган.



Приклади титульних сторінок

- яскраві обкладинки
- нестандартні підходи
- цікаві заголовки (слогани)



Опис/презентація організації

Історію організації, її місію, бачення, програмні напрямки, види діяльності, філософію діяльності та її цінності/принципи можна подати в описовому вигляді або у вигляді візуальних зображень. Внизу представлені приклади подачі інформації про організацію.



Вітальне слово

Вітальне слово – це звернення керівників організації до цільової групи ОГС з певним повідомленням щодо діяльності організації. Це може бути звернення від однієї людини – Президента/ Виконавчого директора/ Голови Наглядової ради, або від імені всього колективу: Засновників, Наглядової ради, Правління тощо.

Якщо звіт присвячений ювілейній даті або події (відкриття відділення або філіалів), то доречно, щоб до аудиторії звернулася перша особа організації. Схвально сприймається фото особи, що звертається з повідомленням.

Історія:



Місія:

Розвивати ідеї євроатлантичної інтеграції в Україні та досягти спільно з державними структурами, іншими громадськими організаціями, освітніми, військовими структурами, спільно із засобами масової інформації та з представниками української промисловості й бізнесу глибоких базових зрушень сприйняття та розуміння суспільством європейської безпекової системи та ролі НАТО у формуванні такої міцної і стабільної системи безпеки, в якій є місце й Україні. Створення умов для всебічного розвитку та самореалізації членів і підопічних організації шляхом соціальної підтримки малозабезпечених і багатодітних родин, дітей, сиріт та інвалідів, яка полягає в реалізації програм навчання та здорового розвитку дітей з малозабезпечених і багатодітних сімей, захисту материнства і дитинства, що базуються на спільних цінностях гуманізму, взаємодопомоги, добра і любові. Сприяння постійному розвитку членкинь Клубу "Ділова жінка" та інших зацікавлених осіб шляхом організації проведення змістовного дозвілля, забезпечення збереження духовних, культурних цінностей як членів організації (внутрішніх), так і загальносуспільних (зовнішніх).

Бачення:

АЕРК – інституційно-спроможна організація. Лідер місцевого громадського сектору та головний партнер регіональної влади і бізнесу, надійний партнер для українських та міжнародних ОГС. Ініціатор покращення соціально-економічного становища територіальних громад Прикарпаття з метою перетворення їх на привабливе місце для проживання, відпочинку та підприємницької діяльності, завдяки активній та постійній участі у вітчизняних та міжнародних програмах технічної допомоги.

Напрями діяльності:

Стратегічні напрями роботи



Цільові групи (аудиторію, клієнтів):



НАШІ ПРИНЦИПИ

- Чесність і відповідальність
- Саморозвиток і вдосконалення
- Взаємоповага, рівність
- Екологічність і сталість
- Креативний підхід при плануванні та реалізації діяльності організації

Види діяльності:

ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ

- Надання тренінгових та консультативних послуг
- Надання інформації та випуск публікацій
- Проведення досліджень та оцінок
- Адміністрування грантових програм
- Представлення, любювання та захист інтересів громадянського суспільства

Як правило, публічний звіт описує діяльність організації за звітний період, надаючи приклади проектів та досягнень. Для лаконічного викладення основних досягнень чи проробленої роботи рекомендується зробити своєрідне «резюме» або стислий огляд діяльності ОГС за звітний період. Наприклад:

ЗА 2012 – 2017 РОКИ ТЦК

- Провів 86 навчальних заходів для 1720 учасників зі всієї України, а також Грузії, Вірменії та Молдови. Теми тренінгів: стратегічне планування та управління, написання проектів, запобігання корупції, написання річних звітів, лідерство, PR та комунікації тощо.
- Відчинив двері для 3 шкіл для тренерів та 3 шкіл моніторингу та оцінки, а також школи судової журналістики.
- Здійснив Прес-тур судами Черкащини.
- Виконав 35 досліджень та оцінок щодо стану та розвитку ОГС, судів, органів влади, громад тощо.
- Адміністрував 7 грантових програм.
- Надав гранти 49 організаціям на суму \$ 201 755,00 та профінансував 604 підприємця на суму \$ 3 250 000,00.
- Виконав 38 партнерських проектів із напрямів діяльності організації.
- Провів 5 конференцій та круглих столів.
- Організував 9 конкурсів річних звітів ОГС та бізнес-проектів внутрішньо переміщених осіб.
- Надрукував 27 публікацій та створив 8 онлайн-ресурсів.
- Співробітники та члени ТЦК:
 - виступили та взяли участь у більш ніж 130 конференціях в Україні, а також у США, Австрії, Бельгії, Грузії, Казахстані, Литві, Молдові, Німеччині, Польщі, Португалії, Словаччині, Угорщині, Хорватії, Чехії;
 - пройшли стажування у більш ніж 6 країнах;
 - співпрацювали в якості експертів із такими організаціями як ОБСЄ, Рада Європи, ПРООН та інші ООН агенції, Європейська Комісія, АМР США, Корпус миру США тощо.

Презентація результатів діяльності та досягнень організації за напрямками діяльності організації

Презентація результатів та досягнень організації може бути здійснена за напрямками діяльності, а може бути і за виконаними проектами. Різниця полягає в тому, що презентація результатів за напрямками діяльності, які є уточненнями місії організації, показує те, що організація мала на меті при заснуванні своєї організації і діє стратегічно. Тоді як звіту-

вання за проектами, показує (як правило) стратегію діяльності «від проекту до проекту», а не діяльність за визначеною місією.

Під час звітування за напрямками діяльності стисло опишіть виконані проекти в межах кожного напрямку через презентацію досягнень і результатів. Уникайте простого опису проектів, ажде читачів цікавить, які результати були досягнуті і яким змінам сприяв проект.

Супроводжуйте опис результатів проєктів фотографіями, візуальними зображеннями, графіками тощо.

Приклади:



проїхали **25 000 км**

800 осіб взяли участь у наших заходах

підтримали **15** міні-грантів



Сприяння розвитку малих територіальних громад: результативність

Надано 49 консультацій представникам новостворених ОТГ та ініціативним групам громадян, що ініціюють створення ОТГ в трьох цільових областях

Організаційний розвиток ОГС

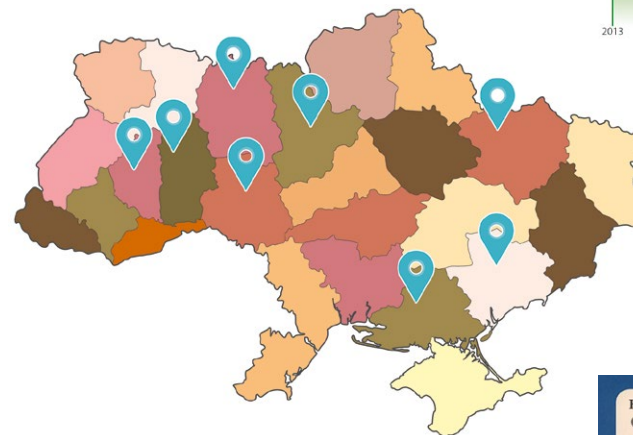
Організаційний розвиток - це постійний процес удосконалення діяльності організації, відповідно до її мети, завдань та стану розвитку суспільства. Організаційний розвиток сприяє посиленню спроможності членів, співробітників та керівників організації ефективно використовувати обмежені ресурси, покращувати знання і навички персоналу заради досягнення мети і завдань їх організації.

Цей розділ не є обов'язковою частиною звіту, але його наявність показує розвиток організації, що є важливим для клієнтів та донорів організації.

При описі організаційного розвитку слід використовувати наведені конструктори:

- «Вперше відбулися збори...»
- «... років випускаємо збірники, публічний (річний) звіт, методичні посібники»
- «Втілили ...практику в життя»
- «Створили систему мотивації для працівників (донорів)»
- «Проведено ...тренінгів, навчань для співробітників»
- «Наші співробітники входять до складу ... робочих груп при органах влади, громадських рад, міжнародних асоціацій»
- «Відкрили нові філіали, розширили географію проєктів, долучили ...партнерів»

Доречно показати, які внутрішні процедури і політики були розроблені для ефективного та демократичного управління та менеджменту організації. Наприклад, політика уникнення конфлікту інтересів та/чи зловживань, процедури закупівель та планування, правила етичної поведінки членів та співробітників тощо.



Позитивно сприймається карта (проєктів, філіалів, поширення певної програми, демонстрація сфери впливу ОГС



Фінансові результати

У публічному звіті необхідно показати фінансовий баланс та Витяг з Аудиторського звіту.

Фінансовий баланс – це можливість для організації показати не лише фінансові показники, які організація подає в податковому звіті, але і негрошові ресурси організації (експертну/волонтерську працю, оплачені донорами поїздки на конференції, ремонт офісу власними силами, використання власного телефону/комп'ютеру тощо), які мають цінність і які можна оцінити коштами. Презентація негрошових надходжень важлива з двох причин. По-перше, показує чи є в організації система обліку нематеріальних джерел і оцінки їх вартості. По-друге, це важливо для молодих організацій, у яких, крім негрошових надходжень, у перші роки немає інших джерел прибутків.

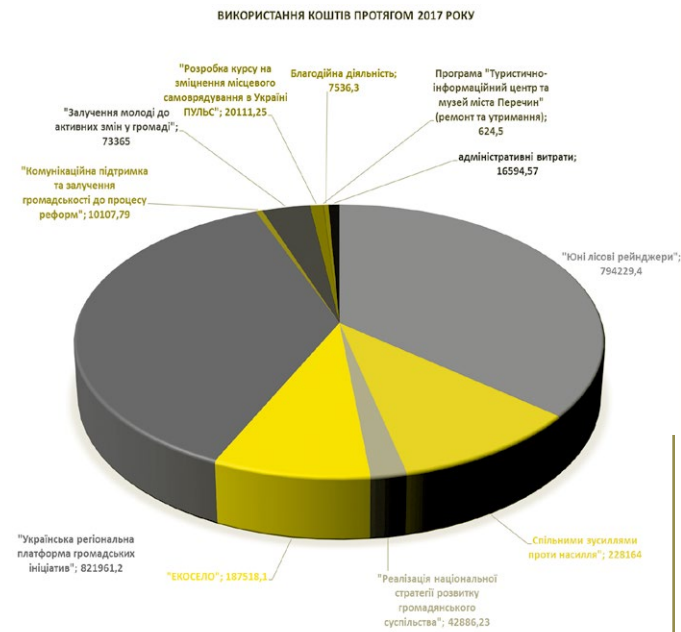
Фінансовий баланс складається з надходжень та витрат протягом останніх двох років.

НАДХОДЖЕННЯ ТЦК, 2010-2011 (грн)		
Джерела надходжень	2010	2011
Залишки коштів на початок року	1 327 644,25	852 604,54
Міжнародні донори / програми		
ЄС	1 135 532,93	384 124,64
Кімонікс Інтернешл	90 670,00	61 460,00
Фонд демократії ООН	1 156 937,92	500 723,24
Pact, Inc.	553 350,25	410 918,22
Корпус Миру США	110 099,95	
ПРООН	2 550 042,24	428 851,19
Бізнес		
INKA Consult (Дніпро)	84 989,00	
Пожертви фізичних осіб		
	169 059,53	228 839,80
Соціальне підприємництво		
	4 702,04	25 401,95
Негрошовий дохід		
	0	10 657,50
Інші добровільні пожертви		
		104 000,00
РАЗОМ	7 183 029,01	3 007 581,08

ВИТРАТИ ТЦК, 2010-2011 (грн)		
Види витрат	2010	2011
Адміністративні витрати	107 505,73	111 636,73
Дослідження	121 776,30	38 373,00
Публікації	92 789,19	226 536,45
Гранти*	761 286,88	150 851,52
Тренінги/консультації	873 141,66	219 420,81
Інші програмні витрати	4 373 924,71	2 130 147,58
РАЗОМ	6 330 424,47	2 876 966,09
БАЛАНС	852 604,54	130 614,99

* У витрати за грантовим напрямком втрачені лише витрати на адміністрування програм без коштів наданих НУО на виконання їх проєктів.

Фінансові результати у звіті можна показати і за допомогою діаграми:



Для донорів чи органів влади дуже важливо, чи проводився аудит.

- Якщо аудит проводився, то докладіть витяг з Аудиторського звіту, а саме – мету аудиту і висновок на бланку компанії, що проводила аудит, з підписом і печаткою аудитора.
- Якщо аудит не проводився, то не слід акцентувати на цьому уваги і виділяти в окремий розділ звіту.



ТОВ «Аудиторська фірма «ІНТЕЛЕКТ-КАПІТАЛ»
 07 травня 2012 року

ВИСНОВОК НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ
 На підставі договору № 1504-1А від 18 квітня 2012 року, укладеного між аудиторською компанією в формі товариства з обмеженою відповідальністю «Аудиторська фірма «Інтеллект-Капітал» (Аудитор), особою директора Ніколаса М.В. та благодійним фондом «Творчий Центр «ТЦК» (Фонд), в особі президента Паливоди І.М. проведено аудит фінансової звітності за 2011 рік, створеною на 31.12.2011 року, і надходжень та витрат благодійного фонду «Творчий Центр «ТЦК» за період з 1 січня по 31 грудня 2011 року з метою надання звітності про достовірність фінансової звітності, обсягу фінансових надходжень та цільового використання коштів.

ВИСНОВКИ
 В ході аналізу діяльності Благодійного Фонду «Творчий Центр «ТЦК», ми провели перевірку достовірності обсягу фінансових надходжень та цільової направленості використання коштів Благодійним Фондом «Творчий Центр «ТЦК» за 2011 фінансовий рік. Ми співставили і провели перевірку також коштів, щоб одержати обґрунтовані підтвердження достовірності обсягу фінансових надходжень та цільової направленості використання коштів Благодійним Фондом «Творчий Центр «ТЦК» за 2011 фінансовий рік. Перевірка включала вибіркової аналіз надходжень.

Ми стверджуємо, що проведений аудит дав підстави зробити наступні висновки.
 Система обліку Фонду відповідає його розміру, структурі і виду діяльності, та забезпечує належний збір і обробку інформації.

Аудитор підтверджує правильність ведення бухгалтерського обліку, класифікації та оцінок всіх видів активів Благодійного Фонду «Творчий Центр «ТЦК», повноту та відповідність фінансової звітності встановленим нормативам бухгалтерського обліку, зокрема П(С)БО в Україні: № 7 «Основні засоби», № 10 «Дебіторська заборгованість», № 11 «Зобов'язання».

Відповідно до вимог діючого законодавства наказом керівника прийнята та затверджена облікова політика даних на підприємстві. Протягом звітного періоду облікова політика не змінювалася.

Наслідом проведеної аудиторської перевірки свідчать, що повнота звітності Фонду відповідають аналітичному обліку, первинним документам, чинному законодавству та існуючим нормативам, на підставі чого можна зробити висновок про їх достовірність, повноту і відповідність чинному законодавству.

Перевірку проведено шляхом тестування доказів, які підтверджують суми і розкриття інформації у фінансових звітах. Аудиторська перевірка включала й оцінювання застосовуваних принципів бухгалтерського обліку та суттєвих облікових оцінок, здійснених управлінським персоналом, а також оцінку надійності фінансової звітності в цілому.

Ми вважаємо, що отримані достатні та відповідні аудиторські докази для висловлення вищої думки.

На нашу думку, станом на 31 грудня 2011 року, фінансова звітність відображає достовірно, в усіх суттєвих аспектах фінансовий стан благодійного фонду «Творчий Центр «ТЦК» за період з 1 січня по 31 грудня 2011 року, відповідно до національних стандартів бухгалтерського обліку. Інформація про обсяг фінансових надходжень та цільової направленості використання коштів за період з 1 січня по 31 грудня 2011 року з метою надання звітності про достовірність фінансової звітності, обсягу фінансових надходжень та цільового використання коштів.

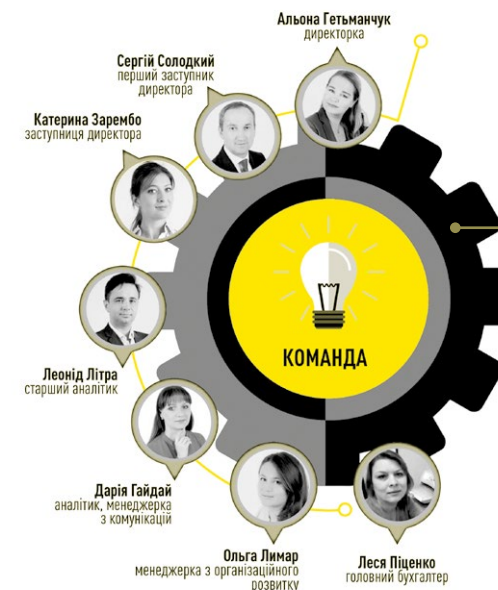
Директор, аудитор
 ТОВ «Аудиторська фірма «Інтеллект-Капітал»
 Ніколас М.В.

Партнери, донори, друзі організації

У звіті важливо підкреслити вашу співпрацю з іншими ОГС, органами влади та місцевого самоврядування, бізнесом, донорами (місцевими та міжнародними). Можна дати перелік усіх партнерів, розділивши їх на групи (ОГС, донори, влада, бізнес тощо), а можна презентувати їх через лого їх організації.

Структура, команда ОГС

Будь-яка організація має свою структуру, різні органи управління, членів, співробітників та волонтерів. Їх можна представити через структуру ОГС.



НАШИ ПАРТНЕРИ



СТРУКТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ



Контакти

Традиційно на останній сторінці звіту розміщують контакти ОГС, а саме: назву організації (повну, скорочену); поштову адресу; контактні телефони, email; посилання на офіційний веб-сайт організації та сторінки в соціальних мережах. Також можна додати логотип організації.

РОЗДІЛ III. ПОРАДИ

У цьому розділі зібрані різні коментарі, поради та рекомендації від українських та міжнародних експертів та організацій, що можуть стати вам у пригоді під час підготовки публічного звіту вашої організації.

НАПИСАННЯ РІЧНОГО ЗВІТУ

Ваш річний звіт повинен розповісти три історії: яким є результат вашої роботи у громаді, яка громадська підтримка вам імпонує та про ваше уміння успішно управляти фінансами. Хоч це і окремі історії, та вони взаємопов'язані, що і повинен продемонструвати ваш річний звіт. Далі йде управління процесом, яке допоможе вам організувати ваш річний звіт.

■ Побудуйте все навколо теми

Розпочніть з вибору вашої теми, створюючи нову чи базуючи свою роботу на тій темі, яку ви вже використовуєте. Розмістіть вашу тему на обкладинці та використовуйте її як організаційний елемент усього вашого річного звіту.

■ Розкажіть ваші особисті та фінансові історії

Внесіть на передній план найбільш значущі проекти, програми та діяльність. Включіть такі головні поняття: хто, що, коли, де, як і чому. Розкажіть про внесок, який ви зробили для громади та про підтримку, яку отримали ви. Це буде важливо для вашої широкої аудиторії політиків, корпоративних донорів та жителів району.

Не достатньо продемонструвати вашим клієнтам, що ваша організація вміє добре управляти фінансами. Ви повинні також розчулити їхні серця вашою допомогою людям, покращеннями, які ви зробили для громади, та підтримкою, яку ви отримали від громади.

■ Створіть послідовний стиль

Використовуйте заголовки для кожного розділу і підзаголовки для більшої деталізації. Це допоможе людям, які переглядатимуть ваш річний звіт, швидко зрозуміти його суть. Хоча кожен член персоналу може надати інформацію, хорошою ідеєю є вибрати одну людину, яка б писала чорновий варіант фінального звіту, щоб була послідовність у стилі та манері написання. Пишіть від першої особи, щоб надати вашому тексту більшої виразності, а вашим словам переконливості.

■ Організуйте вашу інформацію

Презентуйте вашу інформацію в легкому для перегляду форматі, групуючи дані про вашу успішну діяльність у тематичних підрозділах.

Не забудьте розмістити повну контактну інформацію в одному певному місці та двічі перевірте її, особливо номери телефонів. Ця інформація завжди розміщується на останній сторінці і повинна включати наступне:

- Назву організації;
- Адресу;
- Номери телефонів та факсів;

- Адресу електронної пошти;
- Сторінку в інтернеті.

■ Акцент на фактах

Інформація про деталі всієї проробленої вашою організацією роботи урізноманітить ваше повідомлення та збільшить розмір вашого річного звіту. Виберіть факти з основних досягнень, зібраних з різних проектів. Підрахуйте ваші дані: скільком людям була надана допомога, скільки будинків було відремонтовано, скільки було зібрано коштів, який рівень отриманої громадської підтримки чи кількість годин, які працювали ваші волонтери.

■ Будьте точними

Точність є принциповою для іміджу та надійності вашої організації. Ось чому перерахуйте цифри, тричі перевірте написання імен та номери стаціонарних телефонів, щоб бути певними в точності ваших даних. Така перевірка займе лише декілька хвилин та позбавить вас від місяців хвилювань.

ОФОРМЛЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ

Оформлення елементів вашого річного звіту є настільки ж важливим, як і його зміст. Оскільки оформлення та зміст разом розкривають ваш професійний імідж, подумайте над тим, що ви хочете сказати вашим оформленням. Далі наведено дев'ять елементів, над якими вам потрібно подумати. Застереження: навіть якщо у вашому комп'ютері є всі програми графічного редактора, це ще не означає, що ви є графічним художником. Ви можете покладатися на здібності когось із членів персоналу, проте це повинні бути проект, для оформлення якого ви повинні розраховувати на участь професіонала.

■ Елемент перший: Оформлення та правильне розміщення

Хоча привабливість звіту і залежить від вашого бюджету, ви можете додати елементи, які зроблять

його цікавим та привабливим для читачів. Почнемо з того, що обкладинка повинна бути візуально привабливою та заохочувати читачів розгорнути ваш річний звіт. Для внутрішнього оформлення використовуйте фотографії, ілюстрації та графічний матеріал, який стосується вашої теми. Виберіть тип шрифту та кольори, що співвідносяться з вашими іншими маркетинговими матеріалами. Використовуйте поверхню білого кольору як стратегічний елемент дизайну. Майте на увазі й те, що, якщо ваш річний звіт буде занадто вигадливим, надрукованим різними кольорами, деяка аудиторія може подумати, що це марне використання коштів. Існує тонка межа між тим, що є премним для зору та тим, що є занадто екстравагантним.

■ Елемент два: Вигляд шрифтів та обробка

Хоча у вашому комп'ютері є різноманітні типи шрифтів, використовуйте лише два чи три стилі у вашому річному звіті. Для більшої виразності використовуйте шрифт italic або bold. Ніколи не використовуйте розмір шрифту менший ніж 10 пунктів; все, що є менших розмірів, важке для прочитання. Встановіть ієрархію розміру шрифту: заголовки повинні бути найбільшими, підзаголовки трохи меншим за розміром, потім іде основний текст і заголовки розділів. Дуже часто дизайнери рекомендують використовувати шрифт sanserif, Helvetica для заголовків, Times Roman для «основної копії» чи головного тексту документа.

■ Елемент три: Фінанси

Форматуйте фінансову інформацію відповідно до стандартної розрахункової практики. Будьте певними, що всі цифри правильно розміщені, доларові знаки виставлені точно. Якщо ви повинні використовувати колонки з цифрами, доречним буде використання діаграмних таблиць та графіків, щоб відразу ж продемонструвати читачам, звідки надходять кошти, і куди вони витрачаються. Отримайте диск з вашою фінансовою інформацією від вашого фінансиста. Якщо вам необхідно вводити цифри, зростає ризик зробити помилки. Перевіряйте, перевіряйте і ще раз перевіряйте.

■ Елемент чотири: Фотографії

Хороша фотографія варта тисячі слів. Фотографії людей, які отримують нагороди, допомагають іншим чи відвідують ваші заходи, є прекрасною ілюстрацією вашої роботи. Слідкуйте за тим, щоб фотографії, які ви вибираєте, відображали різноманітність роботи. Нехай це будуть фотографії старих та молодих людей, чоловіків та жінок, сімей, які співпрацюють з людьми, яким ви надаєте послуги.

Якщо у вас немає бажаних фотографій, найміть фотографа, щоб зробити декілька різних знімків. Точно сформулюйте, які саме фотографії ви хочете. Якщо ваш бюджет не дозволяє вам найняти професійного фотографа, ви можете найняти фотографа-студента.

Іншим джерелом одержання фотографій можуть бути представники органів влади/донорів, які відвідували ваші заходи. Їх завжди супроводжують службові фотографи, і вони можуть дозволити вашій неприбутковій організації скористатися їхніми фотографіями безкоштовно.

■ Елемент п'ять: Стандартні розміри

Розмір річного звіту, як правило, становить формат А4. Цей розмір підходить для стандартних файлових систем, а ще є меншими витрати на конверти та поштові відправлення, ніж для документів більших розмірів. Приймаючи рішення, поміркуйте над тим, як звіт буде співвідноситись з іншими друкованими матеріалами, як-то друкований бланк та кишеньковий блокнот.

■ Елемент шість: Кольори

Колір додає енергії, цікавості та акценту. Більшість організацій друкують одним чи двома кольорами (чорним та ще будь-яким іншим кольором). Використання іншого кольору привертає увагу до тексту, що розміщений на полях. Щоб зекономити кошти, друкуйте вашу обкладинку у трьох чи чотирьох кольорах, а внутрішній матеріал в одному чи у двох кольорах. Перевірте колір, який ви обрали, з вашим

видавництвом, щоб бути певними, що друк буде якісним. Деякі кольори такі, як жовтий, є занадто світлими. Попросіть виконати контрольний кольоровий друк перед тим, як розпочнете роздрукування матеріалу.

■ Елемент сім: Папір

Папір, на якому ви друкуєте ваш річний звіт, який ще називають сировиною, є суттєвим елементом вашого дизайну. Сировина може бути різного кольору, текстури, апретури, ваги та ціни. Ви навіть можете вибрати вживану раніше сировину. Вашу обкладинку слід друкувати на сировині твердішій ніж внутрішні сторінки, але весь папір повинен бути гарним. Попросіть ваше видавництво продемонструвати вам різні варіанти зразків сировини та дізнайтеся їх ціну. Оскільки ви будете друкувати з двох сторін паперу, виберіть непрозору сировину.

■ Елемент дев'ять: Друк

Виберіть на початку процесу видавництва. Узгодьте графік: коли ви будете передавати роботу, коли ознайомитесь з підбором кольору, кольорові копії та коли і куди звіт буде відправлений. Узгодьте, яким чином видавництво отримає вашу роботу (на диску, через інтернет) та через яку комп'ютерну програму. Деякі видавництва надають організаціям знижки, особливо, якщо вони підтримують вашу місію або ви погодилися вибрати виключно їх. Вони можуть обміняти свої послуги на те, що ви згадаєте про них у звіті.

ЗАЛУЧЕННЯ КОНСУЛЬТАНТІВ ЧИ ПОЗАШТАТНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Написання, оформлення та видавництво професійного річного звіту потребує технічного та програмного забезпечення з графічними можливостями, а також потрібні працівники, які вміють з ним працювати. Якщо у вас немає такого забезпечення та талано-

витих працівників, вам слід подумати над тим, щоб найняти на роботу консультанта чи позаштатного працівника. Якщо ви лише можете дозволити виконувати якусь одну комунікативну роботу протягом року, зробіть саме цю.

■ Визначення ваших очікувань

Покладаючись на навички вашого персоналу, ви самі можете виконати всю з вашим річним звітом або його частинами – написання, фотографування чи дизайн. Більшість консультантів можуть виконувати обсяг робіт роботи, залежно від вашої потреби. Це включає роботу рекламних агентств та фірм по громадським зв'язкам. Але, працюючи з фірмою чи окремими позаштатними спеціалістами по написанню проектів чабо дизайнерами, будьте певними, що вони мають досвід у виготовленні річних звітів та можуть виконувати необхідну для вас роботу. Приділіть увагу креативності, обізнаності зі сферою діяльності та досвідом роботи з неприбутковими організаціями, які за розміром та бюджетом схожі на вашу. Зверніться за рекомендаціями щодо фірм чи позаштатних працівників до інших організацій. Перевірте рекомендації: вам потрібна вагома підтримка вашого іміджу.

■ Вибір консультанта

Якщо ви вже віднайшли двох чи трьох професійних ділових партнерів, дізнайтеся про:

- Їх досвід, перелік послуг, особливі ставки та їх кваліфікація чи ставки їхнього персоналу;
- Приклади річних звітів, які вони видали;
- Приклади роботи, яку вони зробили для неприбуткових організацій;
- Деталізований звіт витрат за вашим річним звітом;
- Рекомендації.

■ Робота з консультантом

Будьте точними стосовно того, що ви хочете, коли ви це хочете та скільки це буде коштувати. Для початку зробіть ось що:

- Попросіть оцінку роботи чи визначте її незалежну вартість. Дізнайтеся, чи визначені або оголошені кишенькові витрати. Корисна інформація допоможе вам не виходити за межі бюджету та дає вам відчуття часу, необхідного для завершення різних завдань.
- Визначте для початку, хто буде вашою контактною особою.
- Узгодьте терміни, кінцеві терміни, оплату та додаткову оплату за дотримання визначених кінцевих термінів.

■ Дослідження професійних можливостей

Якщо ви не можете створити ваш річний звіт та не можете собі дозволити найняти професіонала, просіть благодійника подарувати вам графічні пристрої для вашої компанії. Деякі рекламні агенції та фірми, що відповідають за громадські зв'язки, роблять професійну благодійну роботу для неприбуткових організацій. Перед тим, як ви налаштуєте їх на благодійну роботу, ви повинні знати обсяг роботи, ресурси, які може впровадити ваша організація, та часові рамки. Ви також повинні бути готовими пояснити благодійнику, яким чином він отримає визнання за свій внесок.

ЧАСОВІ РАМКИ ПІДГОТОВКИ РІЧНОГО ЗВІТУ

Як правило, річні звіти друкуються до річних зборів, засідань правління чи інших особливих подій. Щоб гарантувати, що ваш річний звіт надрукований та розповсюджений вчасно, працюйте над ним, зважаючи на дату зустрічі та події. Завчасне планування дозволить вам працювати, враховуючи подорожі, відпустки та насичений графік роботи ваших співробітників та волонтерів. Крім того у вас буде час, щоб найняти спонсорів для підтвердження коштів.

Термін виконання кроків по підготовці звіту ОГС:

- Підготовка детального графіку **1 місяць**
- Збір матеріалів, фото тощо **3 місяці**
- Підбір консультантів (якщо є така необхідність) **1 місяць**
- Підготовка чорнового варіанту, покращеного варіанту, фінального звіту **4 місяці**
- Узгодження концепції дизайну **2 місяці**
- Розробка чоргової моделі оформлення **1 місяць**
- Кінцеве схвалення **1 місяць**
- Тендер на друк **1 місяць**
- Дизайн звіту **1 місяць**
- Друк **1 місяць**

РОЗПОВСЮДЖЕННЯ ВАШОГО РІЧНОГО ЗВІТУ

■ Відповідна аудиторія

Оскільки виготовлення річних звітів загалом є витратною справою, вони, як правило, замовляються для VIP-персон, керівників громади, головних донорів, інвесторів, партнерів та політиків. Якщо вам необхідно справити враження на зустрічі, щоб отримати фінансування, чи під час зустрічі з представниками влади, долучіть копію до інформаційного пакету. Розумним буде рішення відправити звіт потенційним донорам, людям, які відповідають за призначення грантів, оскільки це підсумує ваш досвід як неприбуткової організації.

■ Відповідне використання

Багато організацій розповсюджують свій річний звіт на заходах, на яких є багато відвідувачів, як-от: конференції чи зустрічі по зібранню коштів. Це економить витрати на поштові відправлення, справляє на людей яскраве перше враження щодо вашої неприбуткової організації та надає зацікавленим рекомендації стосовно вас, які вони можуть зберігати. Під час

святкування річниці початку діяльності деякі неприбуткові організації виготовляють надмірну кількість копій річних звітів. Оскільки репортери, як правило, не матимуть часу для прочитання річних звітів, не включають їх у медіа-комплекти чи медіа-представлення; замість цього використовуйте одну сторінку маркетингового листа.

■ Ваша база даних

Якщо у вас ще немає списку поштової розсилки в комп'ютерній базі даних, віднайдіть час, щоб створити відповідний, який би включав вашу різноманітну аудиторію: від окремих представників до організації та бізнес-структур. Оскільки ця справа потребує багато часу, подумайте над нею, як над первинним вкладенням коштів. Існує велика кількість різних недорогих комп'ютерних програм по роботі з базою даних, які доступні для більшості комп'ютерних систем і які можуть полегшити вашу роботу, а інформацію зробити більш корисною.

База даних потребує оновлення. Потрібно додавати нові імена та регулярно видаляти старі. Наприклад, контактна інформація якоїсь певної організації може змінитися чи у волонтера може з'явитися електронна адреса. Якщо у ваших співробітників немає часу чи відповідних навичок, щоб створити базу даних чи організувати масову розсилку поштою, ви можете найняти працівників компаній, які можуть зробити це для вас.

ЯК ПИСАТИ ЗРОЗУМІЛОЮ МОВОЮ

Це завдання відрізняється від того, як писати правильно стосовно граматики. Справжній секрет доброго стилю, підхід, якого ви повинні дотримуватись під час написання будь-яких робіт,- це написання майже так, як ви говорите. Звичайно, ви повинні уникати сленгу, але матеріал завжди важче читати, якщо він написаний пишномовним стилем, незнайомим для читача. Для більшості з нас неважко розмовляти зрозуміло та використовувати добре побудова-

ні аргументи. Але коли ми починаємо переносити на папір, у нас несподівано виникає потреба справляти враження за допомогою довгих слів і ускладнених речень. Це небезпечно, оскільки звіти за цієї умови набувають форми офіційних повідомлень і втрачають зрозумілість та ефект.

Загальний стиль. Пам'ятайте, для кого ви пишете: для читача, а не для себе. Отже, вам треба пристосувати ваш природний стиль до потреб читача. У багатьох випадках це вимагатиме незначних змін або не вимагатиме їх взагалі. Проте ви маєте про це подумати, оскільки іноді ваші читачі - не зовсім те ж саме, що ви. Вам не треба міняти ваш стиль повністю; просто пристосуйте його так, щоб він відповідав стилю читача. Цей принцип розповсюджується не лише на старших читачів. Можливо, вам буде необхідно пристосувати вашу мову також для інших груп.

Уникнення пишномовства. З деяких причин люди часто схильні використовувати у звітах певні слова і фрази, які ніхто не вживає в реальному житті. Ефект, що досягається при цьому, полягає в тому, щоб зробити звіт схожим на поліцейську заяву, повну фраз типу «особи, що керують транспортними засобами» замість «людей, які водять машини».

Політична коректність. Незалежно від вашої особистої точки зору на предмет (і, безумовно, це стосується не ваших поглядів, а поглядів ваших читачів), відсутність політичної коректності є сьогодні недопустимою і застарілою. Багатьох читачів не хвилюватиме расизм, дискримінація за віком чи за статтю, виявлена вами, але вони можуть подумати: «Боже! Я й не думав, що хтось ще використовує таку застарілу мову!» Отже, незалежно від вашої особистої точки зору, взагалі уникайте будь-яких «ізмів».

Уникнення статевої дискримінації в мовних виразах. Для багатьох людей дуже важко писати так, щоб уникати статевої дискримінації. Це зрозуміло, оскільки більшість з нас виростили на використанні «він» у розумінні «він чи вона».

Використовуйте приклади та аналогії. Коли ви розмовляєте з людьми віч-на-віч, вони можуть зупинити вас, якщо чогось не розуміють, і попросити пояснити ще раз. Але якщо вони читають звіт, у них немає цієї можливості, отже, ви повинні додатково переконатися, що все пояснили настільки добре, наскільки могли це зробити. І два найкорисніші методи, як це зробити,- це приклади й аналогії. Якщо у вас виникли якісь сумніви, наведіть приклади.

Абзаци. Коли ви відкриєте книжку або звіт, в яких взагалі немає абзаців або є лише декілька, ви майже напевно піймаєте себе на думці: «О, ні...» Це виглядає так, ніби треба проглянути дуже багато. Окрім цього, абзаци допомагають також структурувати написане, і без них читачам набагато важче зрозуміти структуру того, у чому їх попросили розібратися. Ви повинні починати новий абзац кожного разу, коли переходите до нової думки. Для ваших читачів може бути незручно, якщо ви починатимете новий абзац з кожного нового речення, але це все ж краще, ніж повна відсутність розподілу на абзаци. Принаймні, ви повинні впевнитися, що, якщо ви пишете на стандартному аркуші А4, ваші абзаци більші за шириною, ніж за висотою.

Речення. Довгі речення важко читати. Ваш стиль буде здаватися дуже монотонним, якщо всі ваші речення матимуть однакову довжину, тому найкращим є різноманіття. Це також робить написане вами цікавішим і додає йому фактури. Однак ви повинні орієнтуватися в середньому на 20 слів у реченні і не повинні часто перевищувати 35. Якщо у вас більше 40 слів, ви реально маєте можливість скоротити це речення або розбити його на два чи більше число речень.

ОФОРМЛЕННЯ

Як ми всі знаємо, перше враження є дуже важливим. І найперше, що помітять ваші читачі, коли до них потрапить ваш звіт і перш ніж вони його прочитають, це завжди те, як він виглядає. Ви знаєте з власного дос-

віду, що коли ви дивитесь на книжку, журнал, статтю чи звіт, то робите інстинктивний висновок на основі того, як оформлений текст. Ви робите висновок, що він виглядає дивним, незрозумілим, зручним для читання, важким, читабельним або ще якимось. Ваші читачі робитимуть те саме з вашим звітом, тому ви повинні впевнитися, що він в міру сил створює найкраще враження. За такої умови досягається подвійна мета: звіт виглядає, по-перше, читабельним, і, по-друге, добре скомпонованим.

Інтервали та поля. Чим більше місця залишається навколо вашого тексту, тим доступнішим та зручнішим для читання він виглядає. Тому треба подвоїти інтервали між рядками і залишити широкі поля, які мають додаткову перевагу: зосереджують увагу на тексті, змушують його виглядати більш значущим додаткову перевагу зосередження уваги на тексті, що примушує його виглядати більш важливим. Вам буде необхідно вирішити, чи будете ви вирівнювати праве поле, іншими словами, розташовувати в одну лінію праві кінці всіх рядків. Це все залежатиме від враження, яке ви хотіли б створити.

Невирівняний текст. Невирівняний текст виглядає більш дружньо і неофіційно. Це може бути перевагою, якщо звіт досить неофіційний або якщо він може відстрахати читачів. Наприклад, якщо ви пишете звіт зі складного технічного питання для читачів, які не мають достатньої технічної підготовки, ви, ймовірно, захочете зробити все можливе, щоб вони відчували, що можуть зрозуміти технічні деталі і що звіт не занадто для них складний. У цьому випадку ви можете бути певні, що залишити текст невирівняним - це хороша ідея.

Вирівняний текст. Вирівняний текст виглядає більш офіційно, що може бути перевагою для деяких звітів. Його перевага - це те, що він виглядає дещо охайнішим. Зазвичай, це не створює значної відмінності, але іноді виникає ризик, що звіт створюватиме враження плутанини, якщо в ньому є багато діаграм або графіків. У цьому випадку вирівнювання правого поля допоможе зробити звіт

краще організованим і більш охайним. Незалежно від того, чи вирішите ви вирівнювати праве поле, ви повинні дотримуватися вашого рішення протягом усього звіту.

Заголовки. Заголовки мають три важливі функції. По-перше, вони розбивають сторінку і роблять її більш читабельною. По-друге, заголовки вказують читачу, що йде далі; вони допомагають посилатися на звіт. Для деяких людей це дає чіткий огляд змісту звіту. Для інших це вказує, які частини можна пропустити, якщо у них обмаль часу. По-третє, заголовки корисні, якщо читач хоче повернутися до якоїсь інформації у звіті пізніше, - знайти її стає набагато легше. Отже, для заголовків важливо, щоб вони чітко вказували, про що йтиметься в наступній частині тексту. Не намагайтеся придумати розумні або дотепні заголовки. Вони можуть добре виглядати в газетах, але не підходять для звітів.

Розділи. Крім надання кожному розділові окремого заголовку або підзаголовку, ви можете пронумерувати розділи. Це надає дещо більшої формальності. Нумерація розділів є найбільш корисною, коли люди пізніше обговорюють звіт один з одним або з вами. Це полегшує для них посилання на частину тексту, про яку йдеться. Робити нумерацію немає великого сенсу, якщо таке обговорення не передбачається. Якщо ж нумерація розділів проводиться, то для цього існує декілька підходів:

1. Ви можете надати номер кожному розділові, що має заголовок.
2. Ви можете нумерувати кожен новий абзац під заголовком.
3. Ви можете об'єднати ці два підходи, нумеруючи кожен заголовок і потім проставляючи також номер для кожного абзацу. Отже, ваша послідовність буде виглядати так: 1.1, 1.2, 1.3 тощо. Не варто розбивати ці номери далі (1.1.1, 1.1.2, 1.1.3 ...), оскільки це просто заплутає читача.

Переліки. Переліки завжди легше прослідкувати, ніж ту саму інформацію, записану у вигляді суцільно-

го тексту, тому використовуйте їх завжди, коли можете. Перерахувати ви можете переваги, недоліки, методи, які ви застосовували для збору інформації. Завжди використовуйте перелік, якщо думаєте, що він може допомогти. Це також полегшує читання і розуміння сторінки. Ви можете використати різні прийоми для позначення переліку, зокрема крапки, номери тощо. У вас, можливо, навіть є відповідні символи у вашому текстовому процесорі. Однак, не

використовуйте занадто складні символи, оскільки це відволікає увагу від тексту.

Загальне оформлення. Нарешті, ваше оформлення повинно бути охайним і простим, щоб уникнути відволікання уваги від змісту. Вам не потрібно більше двох шрифтів - один для тексту і один для заголовків. І дотримуйтесь простого стилю заголовків протягом усієї роботи.

Бажано використовувати в звіті (допомагає в звіті)

- Життєві історії, успіхи ОГС
- якісний контент, візуалізацію
- ключові фінансові показники
- достовірні дані
- позитивний підхід (відгуки, подяки)
- виділення ключових моментів
- результати взаємодії або досвід співпраці з органами влади, партнерами, громадою
- факти, авторитетні думки, вислови, соціологічні дані, результати власних досліджень

Не треба використовувати (заважає в звіті)

- Довгі назви, тексти, списки імен
- неякісні фото і графіку
- повний фінансовий чи аудиторський звіт
- дрібний шрифт, суцільний текст
- чорно-білий звіт або багатокольоровий
- перенасичення вітальними словами (грамотами і подяками ОГС)
- не писати інформацію про поразки

! Увага: Бажано не використовувати недостовірні дані, викривлену фінансову інформацію, сценарні фотографії, надумані заходи та не описувати чужі історії успіху

КОНТРОЛЬНИЙ СПИСОК ВІД ПОЧАТКУ ДО КІНЦЯ

Послідовне виконання пунктів контрольного списку допоможе вам створити публічний звіт та зробити цей процес менш складним.

- Назначте відповідальною одну людину.
- Зберіть зразки інших річних звітів для отримання ідей.
- Визначте дату випуску звіту.
- Відмітьте у вашому календарі часові рамки та кінцевий термін виконання.
- Найміть позаштатних працівників з написання та оформлення проекту (якщо є така необхідність та дозволяє бюджет).
- Розробіть тему/мету звіту.
- Повідомте вашого бухгалтера чи фінансиста стосовно того, яка фінансова інформація вам необхідна та коли.
- Зберіть необхідні матеріали, фотографії тощо.
- Зберіть фінансову інформацію.
- Підготуйте проект звіту – включаючи заголовки та підзаголовки розділів.
- Визначтесь із кількістю примірників.
- З'ясуйте розцінки на друк.
- Виберіть видавництво, визначте дату відправки звіту на дизайн та друк.
- Виберіть дизайн першої та заключної сторінки, а також внутрішніх сторінок.
- Виберіть кольори, тип шрифтів та папір.
- Відредагуйте та відкорегуйте остаточну версію.
- Перевірте все: тричі перевірте фінанси, написання імен та точність телефонних номерів.
- Відправте на остаточне узгодження.
- Оновіть базу даних поштових відправлень.
- Підготуйте остаточні ескізи для видавництва (текст, фінанси та фотографії)
- Відправте ескізи у видавництво з відповідними інструкціями.
- Зробіть перевірку дизайну та кольорів від видавництва.
- Організуйте доставку річних звітів.
- Розповсюдьте чи відправте поштою річні звіти.
- Подякуйте всім залученим до підготовки звіту.

КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ

Сайт для ОГС по річ-
ним звітам - [http://www.
nonprofitannualreports.net/](http://www.nonprofitannualreports.net/)

Річні звіти українських
ОГС, подані на конкурс
звітів ТЦК

- ▶ <http://www.ccc-tck.org.ua/activity/aktivni/za-krashchu-prozorist-ta-publichnist-diyalnosti-organizacij-gromadnyaskogo-suspilstva/>
- ▶ <http://www.ccc-tck.org.ua/activity/zaversheni/konkurs-richnikh-zvitiv-za-2012-rik/>
- ▶ <http://www.ccc-tck.org.ua/activity/zaversheni/konkurs-richnikh-zvitiv-za-2011-rik/>
- ▶ <http://www.ccc-tck.org.ua/activity/zaversheni/iii-nacionalniy-konkurs-publichnikh-zvitiv-organizacij-gromadyanskogo-suspilstva-za-2013-rik/>
- ▶ <http://www.ccc-tck.org.ua/activity/zaversheni/iv-nacionalniy-konkurs-publichnikh-zvitiv-organizacij-gromadyanskogo-suspilstva-za-2014-rik/>

КОНКУРСИ ПУБЛІЧНИХ (РІЧНИХ) ЗВІТІВ ВІД ТЦК

Творчий центр ТЦК з 2011 року проводить конкурс публічних (річних) звітів. Мета – сприяння підвищенню рівня прозорості та підзвітності, розвитку організаційної культури, рівня довіри суспільства до діяльності громадських об'єднань та благодійних організацій.

Завдання конкурсу:

- стимулювання активності ОГС у підготовці та оприлюдненні річних звітів;
- виявлення і підтримка кращих практик підготовки й оприлюднення річних звітів ОГС;
- покращення професійних навичок ОГС у підготовці й оприлюдненні річних звітів.

Оцінка звітів проводиться за такими критеріями:

- відповідність структури річного звіту встановленим стандартам;
- змістовність кожного розділу річного звіту;
- творчий підхід у поданні інформації;
- оригінальність візуалізації річного звіту (дизайну).

Щороку учасників конкурсу стає все більше. Особливо приємно, що серед них – надзвичайно прогресивні команди, публічні (річні) звіти яких покращуються, стають цікавішими, із застосуванням нестандартних підходів. Це свідчить про те, що організації зростають професійно.

Слідкуйте за оголошеннями на офіційному веб-сайті БФ «Творчий центр «ТЦК» у розділі «Новини» про конкурси для ОГС: <http://www.ccc-tck.org.ua/news/>



ТВОРЧИЙ ЦЕНТР ТЦК



**MINISTRY OF
FOREIGN AFFAIRS
OF DENMARK**
Danida



Ukraine

Публікацію було підготовлено в рамках проекту «Громадянське суспільство задля розвитку демократії та прав людини в Україні», що реалізується ПРООН за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Данії. Погляди, висновки та рекомендації належать авторам і укладачам цієї збірки і не обов'язково відображають думку Міністерства закордонних справ Данії, Програми розвитку ООН або інших агенцій ООН.