

Годовые отчеты: концепция и стандарты

Алматы, 8 ноября 2014 г.



Введение

Сегодня Годовой отчет (ГО) из обычного документа, содержащего ключевые параметры деятельности организации в отчетном периоде, превратился в эффективный инструмент коммуникаций и управления репутацией. И чтобы ГО получился удачным, в процессе подготовки ГО важное значение имеют **интеграция и гармонизация** (объединение части с целым, целостность).

Также необходима разработка единого стандарта предоставления информации.

Что это значит?

1. **Сфера деятельности + Социальные аспекты**
2. **Организация + Читатель**
3. **Тема+Концепция+Текст +
Верстка/Оформление**

ЗАЧЕМ?

Цели Годового отчета

- ❑ Информирование целевой аудитории об особенностях и результатах деятельности организации за отчетный период
- ❑ Демонстрация прозрачности деятельности организации
- ❑ Привлечение внимания к организации, ее продвижение
- ❑ Формирование деловой репутации организации

для кого?

Целевая аудитория

- ❑ Бенефициары
- ❑ Донорские организации
- ❑ Посольства
- ❑ Аналитики
- ❑ Партнеры организации, в том числе потенциальные
- ❑ Посетители ваших публичных мероприятий (круглых столов, конференций, форумов, презентаций и прочие стейкхолдеры)
- ❑ Заинтересованные или профильные государственные органы
- ❑ Депутаты
- ❑ СМИ, блогеры
- ❑ Жюри конкурсов годовых отчетов (если таковой проводится)

С ЧЕГО НАЧАТЬ?

Шаг 1

Определение генеральной линии ГО

Помимо определения целей и задач, а также целевой аудитории Годового отчета, **ВАЖНО** определить **ИДЕЮ/КОНЦЕПЦИЮ** вокруг которой будет строиться ваш отчетный документ – его контент в целом, структура, формат, дизайн, верстка.

Также успешность подготовки любого Годового отчета и его качество во многом зависит от того, насколько своевременно начат этот процесс, определено ли ответственное лицо, и соблюдены ли сроки его завершения проекта.

Шаг 2

Определение ключевых атрибутов ГО

- ❑ Тема годового отчета (исходя из стратегии организации, цели, задачи, перспектив)
- ❑ Обращение руководителя
- ❑ Обзор деятельности
- ❑ Стратегия, модель работы за отчетный период
- ❑ Обзор и анализ ситуации в стране
- ❑ Фотографии, схемы, графики, таблицы и диаграммы

Шаг 3

Определение контента ГО

- ❑ Выделение основных направлений деятельности организации за отчетный период и описание стратегии развития;
- ❑ Описание и анализ реализованных проектов и ее преимуществ;
- ❑ Описание и анализ внутреннего потенциала организации, обеспечивающего реализацию выбранной стратегии;
- ❑ Описание системы управления проектами, призванной обеспечить выполнение основной стратегии организации и контроль ее реализации;
- ❑ Фотоотчет (**внимание: изначально формируйте хорошую фотобазу!**), «говорящая» инфографика.

Шаг 4

Определение версии ГО

- ❑ Электронная версия только для сайта (чаще всего это PDF-файл для размещения на сайте)
- ❑ Печатная/Полиграфическая версия (самая дорогая, если тираж большой)
- ❑ Интерактивная версия (это переверстаный документ под форматы и пропорции экрана, с навигацией по языкам, разделам, содержанию подразделов, с активной ссылкой на сайт, приложения и др.)
- ❑ Видео-презентация Годового отчета и др.

Шаг 5

Определение дизайна и формата верстки ГО

Фотографии, схемы, таблицы, графики, диаграммы...

- ❑ Сбалансированная подача текста и графики, корреляция
- ❑ Различимые и читаемые шрифты
- ❑ Объективное отображение цифр на графиках
- ❑ Сокращения и аббревиатуры – подсказки в тексте
- ❑ Подписи к фотографиям
- ❑ Ненавязчивое дизайнерское оформление (деловой стиль), улучшающее наглядность содержания годового ответа и его восприятие

ЕСТЬ ЛИ РИСКИ?

Зоны рисков

- ❑ Текст – компетентность исполнителя на этапе составления, в том числе: раскрываемость информации, выделение ключевых показателей, акцентирование на нужной информации и пр.
- ❑ Отсутствие фотоматериала по организации и системы накопления фотоматериалов в принципе
- ❑ Перевод – определение агентства переводов, глоссарий, особенности терминологии сферы
- ❑ Креативная концепция, дизайн отчета как коммуникация с читателем. Важно не превратить отчетный документ в креативную самореализацию исполнителя. Главное – это ориентация на удобство чтения!
- ❑ Макет - возможность реализации креативной концепции, навигация, верстка, редактura (отслеживание исправлений) и др.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

Топ-10

1. Написание сложного текста. Нельзя готовить такую отчетность, которую читает лишь 1% пользователей, а понимает 0,05%. И, осторожно со статистикой - пробуйте ее подавать не в тексте, а в инфографике. Общий тренд - это переход от канцеляризма к повествованию и story-telling (придумайте особые фишки подачи текста)

2. Сплошной текст на странице. Нарисуйте раздел, используйте шмуцтитутлы, цифры (статистику) и пр. Нагромождение текста на одну страницу - недопустимо! Информация, плохо сверстанная, очень тяжело воспринимается для чтения. Делайте больше воздуха на полосе. Особенно, если аудитория - иностранная.

Топ-10

3. Преобладание формы над содержанием.
Избегайте чрезмерно кричащего дизайна, отвлекающего от текста.

4. Использование изображения иностранных лиц, валют и пр., не относящихся к стране
Вашего проживания, к сфере деятельности и пр.
Это моветон. Формируйте собственный качественный и актуальный фотобанк (фотоотчет).

Топ-10

5. Использование однотипных фотографии в верстке ГО (к примеру, фото только за столом, в конференц-залах и пр. Одним словом, фото в одном и том же ракурсе), либо любительских фото.

6. Нагромождение на одной странице больше двух фотографий. Тем более – однотипных. На одной странице также не должно быть кучи фото, а также таблиц/диаграмм и др.

7. Некачественный перевод! К примеру, избегайте Ruglish, если отчет также на английском языке.

Топ-10

8. Нарушение единства стиля в заголовках разных уровней, т.е. шрифт, цвета названий в тексте не должны отличаться друг от друга

9. Неправильное выравнивание текста

10. И еще... Недопустим процесс постоянного внесения правок - должны быть дедлайны. Иначе, второпях, пытаюсь завершить к сроку Годовой отчет, Вы рискуете сделать его скомканным.

УСПЕШНЫЙ ГОДОВОЙ ОТЧЕТ

ПРИМЕРЫ (верстка, корреляция дизайна с концепцией, визуализация)



Банк Возрождение



Мосэнерго



Garuda Indonesia-The Airline of Indonesia



Федеральная пассажирская компания



МРСК Юга



КАМАЗ

ПРИМЕРЫ (верстка, корреляция дизайна с концепцией, визуализация)

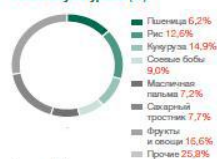
1. Характеристики отрасли

Вклад в глобальную продовольственную безопасность

Зачем нужен калий

Калий – жизненно важный элемент, присутствующий в клетках всех живых организмов и являющийся природным компонентом почвы. Калий незаменим для развития растений наряду с азотом и фосфором. Только регулярное и своевременное внесение этих трех элементов обеспечивает сбалансированное питание растений.

Потребление калия сельскохозяйственной (%)



ЗАЧЕМ РАСТЕНИЯМ НУЖЕН КАЛИЙ

Повышает уровень питательных веществ, улучшает вкус, цвет и структуру плодов

Повышает устойчивость к болезням и вредителям

Усиливает устойчивость к засухе и заморозкам

Способствует усвоению азота

Калийные удобрения не загрязняют окружающую среду и не снижают качество природной питьевой воды



ЗАЧЕМ ФЕРМЕРАМ НУЖЕН КАЛИЙ

Стабильно высокий урожай

Максимальный эффект от использования сложных удобрений

Стабильно высокое качество продукции

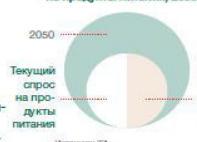
Сохранение естественного баланса микроэлементов и минимизация воздействия на почву

10 ОКБ «Уралкалия» | Информационный центр 2019

Фундаментальные характеристики отрасли

Стратегия «Уралкалия» строится на долгосрочных фундаментальных характеристиках отрасли. Ожидается, что спрос на калий будет устойчиво расти, поскольку сельское хозяйство остается ключевым поставщиком продуктов питания, важным источником материалов и топлива для постоянно увеличивающегося населения Земли.

Прогнозируемый спрос на продукты питания, 2050

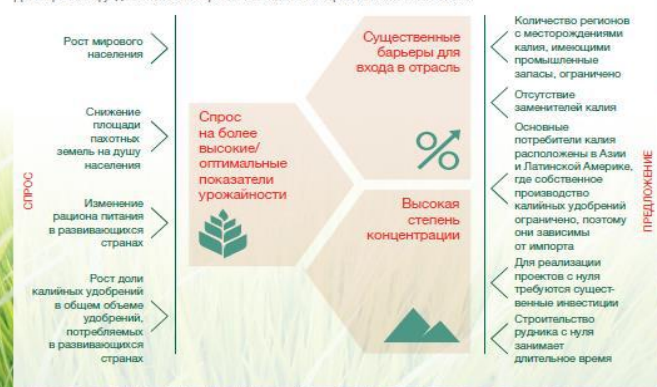


Ожидаемый рост населения Земли, 2100



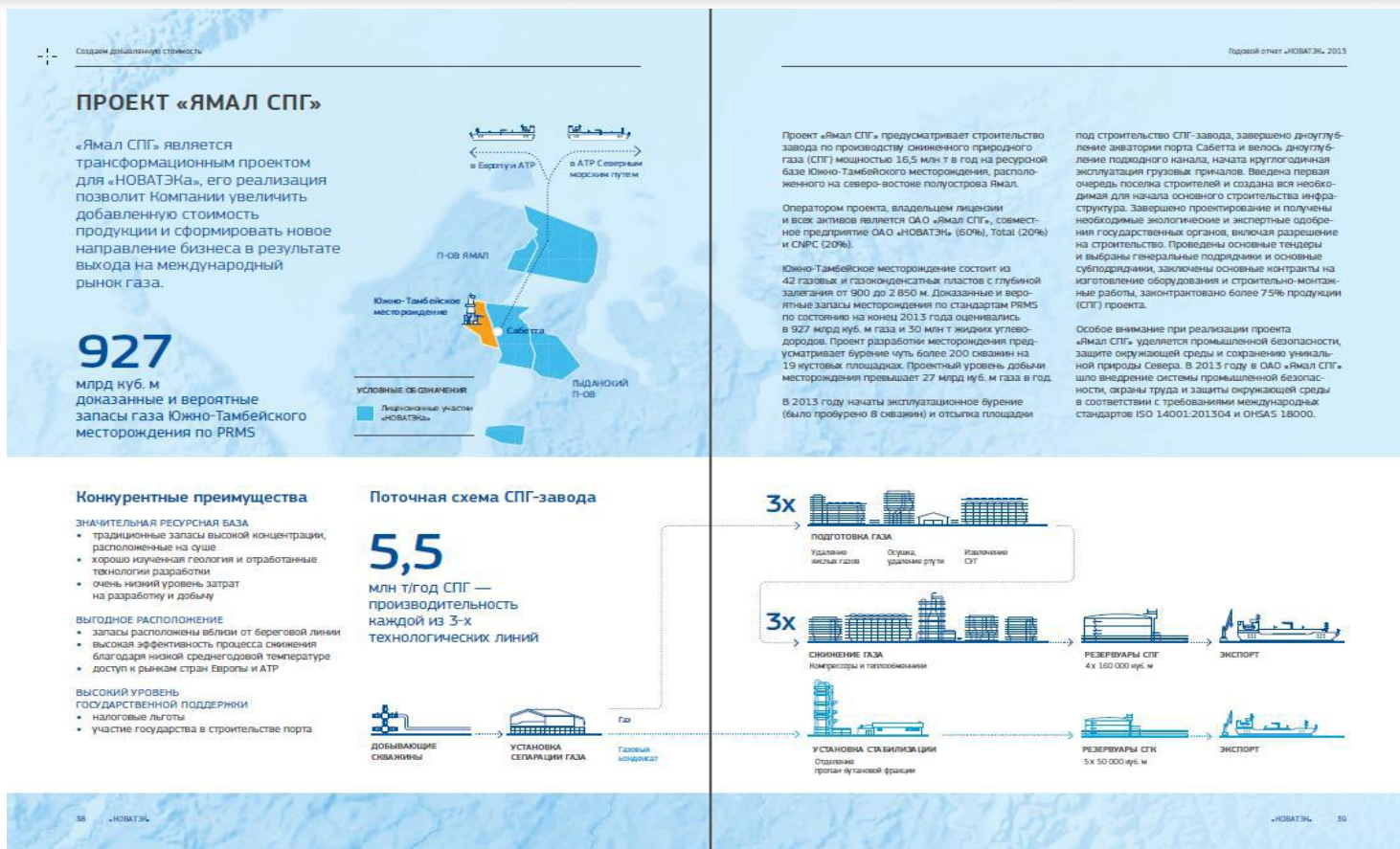
Стратегия «Уралкалия» строится на долгосрочных фундаментальных характеристиках отрасли

Долгосрочные фундаментальные перспективы калийной отрасли остаются сильными

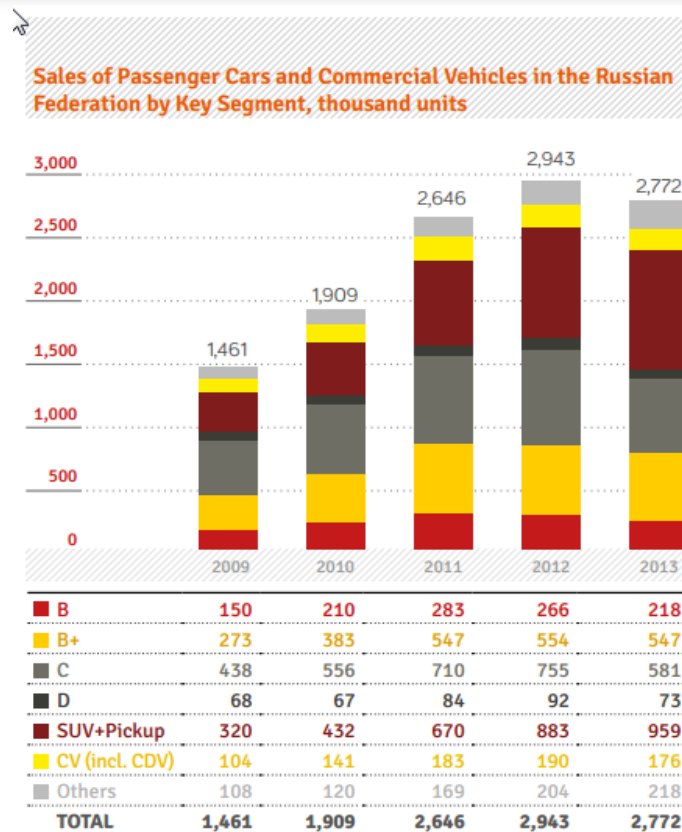


www.uralchem.com 11

ПРИМЕРЫ (верстка, корреляция дизайна с концепцией, визуализация)



ПРИМЕРЫ (верстка, корреляция дизайна с концепцией, визуализация)



Source: AEB, Association of European Businesses.

Спасибо за внимание!

ОФ «Международный центр
экономической грамотности»

КОНТАКТЫ:

Тел: +7-701-7717-211 (Гульмира)
+7-777-2222-961

E-mail: info@economgramota.kz

Сайт: www.economgramota.kz

Официальная страница Фонда МЦЭГ в Facebook

<https://www.facebook.com/Fingramotakz>

