

Итоги конкурса **2008:** как сделать годовой отчет лучше?

Степан Жулин,
jouline@raexpert.ru

Конкурс годовых отчетов - **2007**
Москва, **24** ноября **2008**
V ежегодная практическая конференция
"Годовой отчет: опыт лидеров и новые стандарты"

Конкурс ГОДОВЫХ ОТЧЕТОВ - **2007**

«Эксперт РА» изучил **234** отчета. Общий объем – **40** тысяч страниц.

Бюджеты на создание и продвижение отчетов за **2007** год в России **> \$15** МЛН.

Конкурс ГОДОВЫХ ОТЧЕТОВ - 2007

- Проходит в десятый раз
- www.annual-report.ru стал центром компетенции по созданию лучших годовых отчетов

— 0 | [Аналитика](#) | Зачем нужен публичный отчет непубличной компании

Новости

- [Психологические конференции](#)
- [Программа](#)
- [Инициатива](#)
- [Материалы III конференции](#)
- [Материалы II конференции](#)
- [Материалы I конференции](#)

Конкурс

- [Положение о конкурсе](#)
- [Детали участия](#)
- [Участники конкурса](#)
- [Методика](#)
- [История конкурса](#)
- [Каталог годовых отчетов](#)
- [Интерактивные возможности](#)
- [Региональные конкурсы](#)
- [Календарный график](#)
- [Хабаровский край](#)
- [Ярославская область](#)

Мероприятия

- ["Серебряный самит"](#)
- [Советы по проведению годового отчета](#)
- [Заказ образцов годовых отчетов](#)

Аналитика

- [Зачем нужен публичный отчет непубличной компании](#)
- [Кризис в отчетной форме](#)
- [К вопросу о прозрачности](#)
- [Использование зарубежного опыта в раскрытии годового отчета российских компаний](#)
- [Скандальное заявление в рамках годового отчета в Европе в 2007 году](#)
- [Концепция годового отчета ОАО АК "Уральские Альпы" дивиденд в три года](#)
- [Годовой отчет или отчет о том, кто вы? Имя и фамилия](#)
- [Презентационный годовые отчеты: кому, зачем и как?](#)
- [Диагностика успеха в годовом отчете](#)
- [Дух прозрачности](#)
- [Мало, но отменное качество](#)
- [Контакты](#)

Зачем нужен публичный отчет непубличной компании

Анатолий Ходорковский, советник председателя совета директоров Группы компаний "РЕГИОН"

Пolemические заметки, основанные на пятнадцатом опыте Группы компаний "РЕГИОН"

Финансовые и производственные результаты, рынок и место на нем компании, структура и принципы организации бизнеса, биографии топ-менеджеров, нематериальная информация и ежедневное обращение председателя совета директоров (или/и президента, генерального директора). И так раз в год, несмотря на то, что тебе никто не заставляет этого делать.

Всегда утвердивано, но и именно так выглядит позиция непубличной компании по поводу изготовления презентационного годового отчета. Конечно, не все же так больше чисто компаний, не имеющих публичных долговых программ и не являющихся на бирже (а иногда и вовсе не имеющих какой-либо общности с ограниченной ответственностью) готовят ежегодные годовые отчеты.

Более того, я видел много одной некоммерческой организации под названием "Годовой отчет о деятельности в 2005 году", в которой единственными цифрами были стоимости различных "пакетов членства" и количество "членов" с разными пакетами. Зато значительная часть объема 100-страничного труда была занята фотографиями с различных, очень модно и красиво и эстетично оформленных мероприятий, а также с различными и модными дизайнерами и дизайнерскими журналами. Кстати, и дизайн этой книги его очень наглядный.

Так что годовые отчеты постепенно превращаются в элемент престижа? Мол, у нас есть книга, которую нестыдно показать. Занимаясь созданием годовых отчетов на протяжении последних лет, могу констатировать: подобный подход имеет место. Конечно, во всем выходящим отсюда последствиями и моральными дилеммами и структурными дизайнерскими бора, всезнающими консультантами, элементами гламура и ростом расходов на создание. К счастью, этот подход не является определяющим. Пятнадцатый опыт создания годовых отчетов Группой компаний "РЕГИОН" доказывает это.

Публичный отчет

Начиная с прошлой недели. Любая компания (вне зависимости от рода ее деятельности), имеющая клиентов, контрагентов или партнеров и не работающая исключительно на корпоративные нужды, в какой-то момент приходит к мысли сделать свой бизнес с этого момента все можно считать общественно публичной. Никто не подкаракивает ни рассказывать о себе больше, подробнее и качественнее, но иначе убедить потенциальных партнеров по бизнесу в своей надежности и, в конечном итоге, правильности выбора, сложно.

Именно поэтому модернизируются сайты, создаются более качественные презентационные материалы, проводятся рекламные кампании. Наверное, именно в этот момент много компаний и вспоминают о своем необязательном для них годовом отчете. И пытаются придумать нечто новое, оригинальное и привлекательное.

Форма и содержание или содержание и форма

Странно, стандартный набор требований российского законодательства, сопровождающий нежелательным рассказом о том, насколько полезна для общества компания, а также неизменно сопровождающийся фотографией президента и фотопортретом трудящихся подвиге трудовой, сегодня могут себе позволить считанные компании (например, "Сургутнефтегаз": презентационный годовые отчет которого в последние годы просто сложно получить), даже такие монстры, как "Газпром" и "Роснефть", вынуждене подходить к этому процессу подготовки отчета с учетом того, что у них есть рынок акций и долги, и акционеры - не только российские. А как есть корпоративная культура, стратегия развития, глобальные видение процессов и т. д. И не случайно, что полностью государственные Российские железные дороги еще два года назад издавали публичный свой первый годовые отчет. Правда, он скорее походил на отчет министерства в правительство, но ведь и превращение МПС в РЖД происходило не по мановению волшебной палочки.

Большинству остальных компаний приходится привлекать к себе внимание не столько масштабными бизнесом и вложенные публичными цифрами, сколько формой того, как они покажут свои данные не всех интересующих результаты. Я видел спортивный альманах и олимпиадный журнал, иллюстрирую книгу и комиксы, альбомы детских фотографий и сайты личной фотографии со стилизованными открытками, а также много других, во что был по форме обложки годового отчета. С точки зрения дизайна многие работы были интересными и привлекательными. Но я глубоко убежден в том, что даже по форме годового отчета должен быть бизнес-топи бизнесу, который занимается компаниями.

Группа компаний "РЕГИОН" выпустила пять публичных годовых отчетов. Три из них строились на стилизации триптиста Торрера Драйвера "Земельный", "Талант", "Стиль". Выпустили первую "книгу" на этой стилизации для финансистов всех времен и народов триптиста, мы во многом сами обрели себя на выпуск еще двух. В основе этой идеи лежала возможность с помощью книги из Драйвера иллюстрировать свой бизнес. При выборе дизайнерской идеи мы попробовали увидеть свой стиль с главенствующим стилем того времени, от эстетик нашего "парового тома", к модерну и стилик "техно" в третьем. А сама идея хорошо увязывалась с динамикой развития нашего бизнеса в финансовой сфере.

Получалась не тема стилизации, еще невозможна хотя бы потому, что окончание триптиста Драйвера весьма печально, это скорее попытка увидеть свою историю, увязав ее с производственным значением для наших клиентов. Получалось, по мнению многих наших клиентов и партнеров, и на наш собственный взгляд, интересная, цельная и законченная работа. В результате группа даже получила мнение о том, что мы можем создать целую живую серию и сайт нужно продумать.

Но эксплуатировать серию и ту же тему бесконечно невозможно и по итогам 2005 года мы решили на радикальные изменения. Годовой отчет обрел стилику нашего нового сайта, стае, по сути, его букашкой отчет. Этот ход, на наш взгляд, был также вполне логичным. Сайт - это понятный нашим клиентам и контрагентам механизм общения с клиентом и источник информации о ней и о рынке в целом. Тем более что, по общему мнению, сайт получилась. Подтверждением этого стали и его победы на протяжении нескольких лет в различных конкурсах. Годовой отчет как продолжение сайта - понятная для целевой аудитории идея, соответствующая смыслу бизнеса компании.

Приведенные примеры показывают, что разумный баланс отражения содержания бизнеса (а это и есть главная задача, которая ставится перед годовым отчетом) и формы подачи материала, а том числе и дизайнерской идеи, возможен. Но это должен быть не конкурс, а именно ограниченное соревнование. Только тогда возможно создание качественного продукта для своей целевой аудитории, а не блестящей работы, которой будет восторгаться профессиональное сообщество дизайнеров или Ютиске.

Рассказываю свою историю

Рост бизнеса (или качественный, так и качественный) его совершенствование и изменение (иногда всего и изменение) - это то, что должно быть, безусловно, отражено в годовом отчете. Проблема только в том, что эти изменения для

Конкурс ГОДОВЫХ ОТЧЕТОВ - 2007

- Конкурс годовых отчетов традиционно широко освещается на страницах журнала «Эксперт»



КОНКУРС ГОДОВЫХ ОТЧЕТОВ ЗА 2007 ГОД



Я. М. Миркин, директор Института финансовых рынков и прикладной экономики Финансовой академии, председатель совета директоров ОАО «ИК «Еврофинансы», член конкурсной комиссии:

«Сегодня Финансовая академия готовит кадры для крупного бизнеса. В годовых отчетах компаний-конкурсантов множество обращений к акционерам подписаны ее выпускниками».



WWW.ANNUAL-REPORT.RU

Конкурс ГОДОВЫХ ОТЧЕТОВ - **2007**

По итогам **X** КГО «Экперт РА»

- выделяет **30** отчетов, которые относит к лучшей практике (декабрь **2008** года)
- номинирует **17** компаний (сегодня, **24** ноября)

Лучшая практика – **30**

ГОДОВЫХ ОТЧЕТОВ

- В среднем - более **300** страниц
- В среднем - более **30** графиков

Как правило:

- Имеет англоязычный вариант и полный комплект отчетности по **IFRS / US GAAP**
- Хорошо издан, отчет прошит, корешок подписан

Номинации X КГО

- «Лучший годовой отчет»
- «Корпоративный сайт»
- «Лучший годовой отчет об устойчивом развитии и корпоративной социальной ответственности»
- «Дизайн и полиграфия»

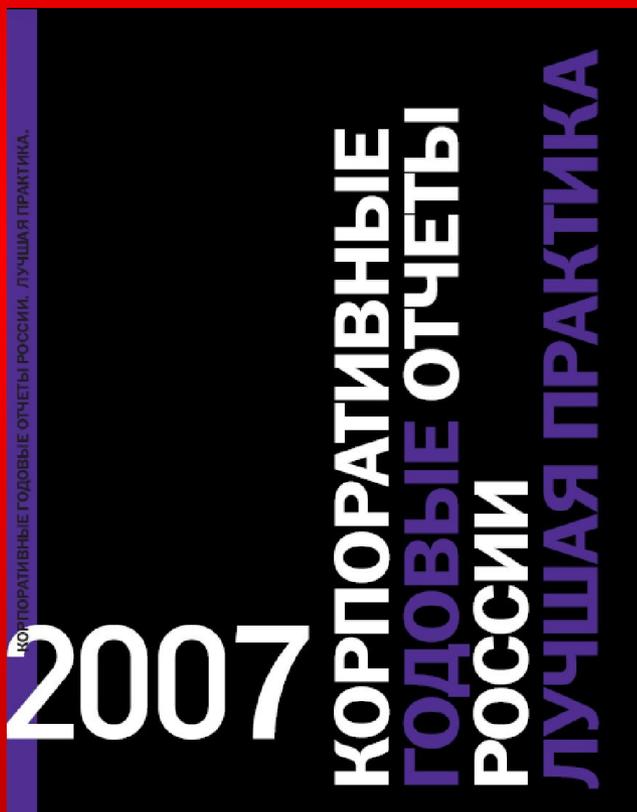
Специальные номинации X КГО

- «Дебют года»
- «Лучшее представление информации в годовом отчете иностранным инвесторам»
- «Лучший интерактивный отчет»
- «Лучший уровень раскрытия информации о практике корпоративного управления»
- «Лучшая практика создания годовых отчетов десятилетия»
- «Лучший зарубежный отчет»

Тенденции

Опережающий рост количества отчетов об устойчивом развитии и корпоративной социальной ответственности

КНИГИ X КГО



Вы хотите быть уверенными, что при составлении годовой отчетности учтены все бухгалтерские и налоговые новации 2007 года? Вы хотите знать наиболее важные решения и позиции по проблемным вопросам этого года и сверить свои действия с оценкой ситуаций признанными специалистами в области бухгалтерского учета и налогообложения? Вы считаете необходимым представить в годовой отчетности корректные данные о деятельности организации и ее имущественном положении? Тогда эта книга – для Вас! Уверена, благодаря широкому спектру рассмотренных вопросов и многочисленным примерам каждый найдет в ней то, что поможет принимать оптимальные и взвешенные решения в практических ситуациях.

ЛАПИНА Ольга Гелиевна

Советник государственной гражданской службы Российской Федерации 2 класса

О.Г. Лапина

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ за 2008 год

СДАЕМ В СРОК И БЕЗ ОШИБОК
С УЧЕТОМ ПРАКТИКИ
НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК



15-е издание

Более 60% бухгалтеров России работают и работают с книгами О. Лапиной при подготовке годовой отчетности



Спасибо за внимание!

Замечания, вопросы, комментарии:

jouline@raexpert.ru

Степан Жулин, руководитель службы рейтингов
корпоративного управления

www.annual-report.ru