



A Charity Takes Cues From Business in Overhauling Its Annual Report

Sheffield Hale, the American Cancer Society's top lawyer, believes nonprofits should always strive to provide potential donors and watchdogs with a well-rounded picture of their successes and failures.

But when Mr. Hale looks at the typical nonprofit annual report, he doesn't see anything resembling objective reporting. Instead, he sees a lot of fluff.

"If people read an annual report and all they see is that everything is rosy and there are just pictures of seals or little girls picking daisies, then it's not going to be a very credible document, and you won't accomplish what you want," says Mr. Hale. "The more sophisticated your document, the more compelling it will be that your organization is worthwhile."

Mr. Hale and his colleagues have just spent the past two years overhauling the Cancer Society's annual report, financial statements, and other public disclosures into a new document designed to better accomplish that goal. The document, which the charity calls a stewardship report, resembles a company's report to shareholders. Some experts and charity officials are now holding it up as a model of how other nonprofits should report, including a group of accountants who this month recommended how organizations can strengthen their financial statements (*The Chronicle*, October 6.)

To spread the approach and get the word out about its work, the Cancer Society sent the report to members of Congress, state attorneys general, and other policy makers it usually doesn't reach through its annual report.

Like a Business Report

Mr. Hale said the American Cancer Society borrowed from the business world as it developed the 61-page report, most notably in a section that provides a detailed narrative description of the nonprofit's financial performance and goals.

He said that section is very similar to how public companies report their performance to the Securities and Exchange Commission.

In addition, the report includes detailed explanations of some key financial information that in the past was shown mostly in numbers and not described in ways that provided context. For example, while it lists the society's total revenue at \$956-million, the report adds that 2010 marked the second consecutive year that the group did not surpass \$1-billion in total revenue. This was due partly to the poor economy and an erosion in total revenue as "more cancer organizations have entered the fund-raising space," the report said.

The report also describes how the organization determines executive compensation and how it cut costs and sought greater efficiencies as the economy soured.

Годовой отчет: благотворительные организации учатся у бизнеса

Шеффилд Хейл (Sheffield Hale), ведущий юрист Американского онкологического общества (American Cancer Society), полагает, что некоммерческие организации должны всегда стараться предоставить потенциальным донорам и наблюдателям всестороннюю характеристику своих успехов и неудач.

Но в типичном годовом отчёте некоммерческой организации господин Хейл не видит никаких сообщений об объективном положении дел. Напротив, там полно чепухи.

«Если люди при чтении годового отчёта видят только, как всё безоблачно, а сам отчет полон изображений очаровательных морских котиков или девочек, собирающих маргаритки, то вряд ли этот документ заслуживает доверия, и вы не достигнете желаемой цели, – говорит господин Хейл. – Чем лучше продуман ваш текст, тем скорее он убедит в том, что ваша организация заслуживает внимания».

Господин Хейл и его коллеги провели последние два года за переработкой годового отчёта Онкологического общества, финансовых бюллетеней и других документов, публично раскрывающих информацию о делах Общества, с целью создания нового типа документа, который вернее достигает этой цели. Итоговый документ, который Общество называет "Отчётом о ведении дел", похож на доклад компании своим акционерам. Некоторые эксперты и сотрудники благотворительных организаций теперь ставят его в пример другим некоммерческим организациям (в том числе группа бухгалтеров, которые в этом месяце давали организациям советы по улучшению финансовых бюллетеней (см. *The Chronicle* за 6 октября)).

Чтобы распространить новый подход и услышать мнение извне, Онкологическое общество послало доклад членам Конгресса, главным прокурорам штатов и другим высокопоставленным должностным лицам, которых его ежегодные отчёты обычно не достигают.

Уроки бизнеса

По словам господина Хейла, при разработке 61-страничного отчёта Американское онкологическое общество ориентировалось на мир бизнеса; это особенно заметно в разделе, подробно



настоящее будущее
future actually

Перевод для электронного журнала о благотворительности
«Филантроп»

Статья о написании годовых отчетов (En-Ru)

Переводила Екатерина Лобкова
Редактировала Анна Литвинская

Progress on Strategic Plan

Another section of the report analyzes how well the organization has done in meeting the goals of its strategic plan, a feature that is uncommon in nonprofit annual reports, says Bennett Weiner, chief operating officer of the BBB Wise Giving Alliance, a watchdog group in Arlington, Va.

"It's going above and beyond what you would typically see an organization produce," Mr. Weiner says. "It's presented in ways that other charities might consider also."

The Cancer Society's report also explores how the charity is fulfilling its mission by examining the progress of cancer research it supports, as well as its work to help in early detection of cancer.

As the group's officials considered what to present in the report, the overriding goal was to focus on what information people would need to decide whether to support the organization, says Catherine Mickle, the group's chief financial officer.

"It lets them make an educated decision that isn't based on pages from a 990 or a financial statement that no one will wade through," Ms. Mickle says.

—Lisa Chiu

рассказывающем о финансовой производительности и целях некоммерческой организации.

По его мнению, этот раздел очень похож на отчёты публичных компаний о своей производительности перед Комиссией по ценным бумагам и биржам.

Кроме того, отчёт содержит подробное разъяснение некоторой ключевой финансовой информации, которая ранее представлялась преимущественно в виде цифр вместо того, чтобы быть вписанной в контекст. Например, упоминание совокупного дохода Общества в размере 956 млн долларов сопровождается комментарием о том, что 2010 год – второй подряд год, в котором совокупный доход группы не превышает 1 миллиард долларов. Отчасти причинами этого, как говорится в отчёте, были сложная экономическая ситуация и размывание совокупного дохода по мере того, как «всё больше онкологических организаций начинали активно заниматься фандрайзингом».

Помимо этого, в отчёте описывается определение размера вознаграждения руководящим сотрудникам Общества, а также сокращение издержек и повышение эффективности работы Общества в условиях экономического спада.

Понимание стратегических целей

В другом разделе отчёта проанализировано, насколько продвинулось Общество в достижении своих стратегических целей; по словам Беннета Вайнера (Bennett Weiner), исполнительного директора BBB Wise Giving Alliance (наблюдательной группы в Арлингтоне, штат Вирджиния), этот вопрос обычно не поднимается в годовых отчётах некоммерческих организаций.

«Этот отчёт выходит за рамки того, что обычно сообщает организация, – говорит г-н Вайнер. – Он представлен в манере, которую неплохо бы перенять и другим благотворительным организациям».

Кроме того, в отчете Онкологического общества оценивается работа по реализации миссии организации с помощью анализа развития поддерживаемых Обществом исследований рака и содействия раннему выявлению рака.

По словам Кэтрин Микл (Catherine Mickle), финансового директора Общества, когда руководители организации решали, что именно



настоящее будущее
future actually

Перевод для электронного журнала о благотворительности
«Филантроп»

Статья о написании годовых отчетов (En-Ru)

Переводила Екатерина Лобкова
Редактировала Анна Литвинская

поместить в отчёт, главной целью было сфокусировать внимание на информации, опираясь на которую люди принимают решение о поддержке организации.

По словам Микл, благодаря такому подходу люди могут принять обоснованное решение, не сталкиваясь с официальными формами финансовых отчетов, в которых все равно никто не может толком разобраться.

Лайза Чиу