

Spis treści

Wstęp	11
I. Teoretyczne aspekty odpisu jednoprocentowego i organizacji pożytku publicznego – w kontekście funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego	17
1. Społeczeństwo obywatelskie	17
1.1. Społeczeństwo obywatelskie w ujęciu historycznym	17
1.2. Społeczeństwo obywatelskie – sfera między rynkiem a władzą	20
1.3. Partycypacja publiczna w demokracji lokalnej	26
1.3.1. Rozwiązania prawno-ustrojowe	26
1.3.2. Rola organizacji pozarządowej w demokracji lokalnej	33
1.4. Organizacje pożytku publicznego w Polsce i ich finansowanie	35
1.5. Nadawanie organizacjom statusu pożytku publicznego	38
1.6. Prawne regulacje dotyczące 1 procentu podatku	39
1.7. 1 procent podatku w danych statystycznych	42
1.8. Wolontariat i inne formy pracy niezarobkowej w Polsce	46
2. Odpisy podatkowe w innych krajach	49
2.1. Historia pożytku publicznego	49
2.2. Doświadczenia węgierskie i słowackie	50
2.3. Zalety i wady przyjętych rozwiązań w poszczególnych krajach	52
3. Funkcje 1 procentu podatku	53
3.1. Finansowanie społeczeństwa obywatelskiego	53
3.2. Finansowanie potrzeb społecznych	57

3.3. Mechanizm kształtujący społeczeństwo charytatywne	59
3.4. Sposób agregowania kapitału społecznego	60
4. Motywacje dla wspierania organizacji odpisem podatkowym	64
5. Styl działania organizacji pożytku publicznego, a zdolność do wykorzystania kapitału społecznego	69
6. Rola lidera w budowaniu kapitału społecznego organizacji pożytku publicznego	73
II. Odpis jednoprocentowy i organizacje pożytku publicznego w świetle badań empirycznych	77
7. Metodologia badań	77
8. Alokacje jednoprocentowe za lata 2010-2012	88
8.1. Alokacja terytorialna 1 procentu podatku	88
8.2. Alokacja celowa 1 procentu podatku	98
8.3. Alokacja jednoprocentowa – kwoty pozyskiwane przez poszczególne organizacje	102
9. Subkonta	111
10. Kwoty pozyskiwane przez organizacje	113
10.1. Wzrosty odpisu podatkowego	113
10.2. Spadki odpisu podatkowego	115
10.3. Udział kwot z 1 procentu podatku w budżetach organizacji i koszty realizacji kampanii	117
11. Szczególne typy organizacji pożytku publicznego	118
11.1. Organizacje korporacyjne	118
11.2. „Zielony” 1 procent podatku	123
12. Rola mediów w kampaniach gromadzenia odpisu jednoprocentowego	127
12.1. Media tradycyjne	137
12.2. Media społecznościowe	139
13. Wsparcie lokalnych organizacji przez samorząd województwa	156
14. Odpis jednoprocentowy w opiniach liderów organizacji lokalnych i regionalnych	163

III. Jak skutecznie zabiegać o odpis podatkowy	
– wskazówki dla lokalnych organizacji pożytku publicznego	176
15.1. Cele organizacji spójne z potrzebami lokalnej społeczności	177
15.2. Mieszkańcy – ambasadorami organizacji	177
15.3. Komunikowanie celów zrealizowanych z 1 procentu podatku	178
15.4. Kampania na rzecz odpisu jednoprocentowego trwa cały rok	178
15.5. Współpraca a konkurencja	179
15.6. Organizacja wspólnych wydarzeń dla lokalnej społeczności	180
15.7. Poparcie lokalnych liderów	181
15.8. Koordynacja działań przez władze samorządowe	181
15.9. Media społecznościowe	182
Podsumowanie. Co dalej z odpisem jednoprocentowym?	185
Summary	195
Bibliografia	197
Wykaz tabel	203
Wykaz wykresów	204
Indeks osób	206