Jak utworzyć, jak działać, jak rozwijać?

Bank Wiedzy o działaniach Ekonomii Społecznej i NGO w Polskim Języku Migowym

ENCYKLOPEDIA ekonomii społecznej

ENCYKLOPEDIA
ekonomii społecznej

Jak utworzyć, jak działać, jak rozwijać?

Bank Wiedzy o działaniach Ekonomii Społecznej
i NGO w Polskim Języku Migowym

Łódź
2018-2019

pomysł, opracowanie i realizacja projektu, opracowanie haseł i definicji:

Agnieszka Kołodziejczak

tłumaczenie na Polski Język Migowy:

Michał Bernard Łach, Aldona Kramek, Natalia Pietrzak, Monika Kozub, Dorota Rudkiewicz

kamera i montaż:

Olgierd Koczorowski

opracowanie graficzne e-publikacji:

Olgierd Koczorowski

konsultacje eksperckie:

Michał Bernard Łach, Karolina Fijołek (INSPRO Łódź)

współpraca ekspercka:

EduPJM (Warszawa), Fundacja Instytut Spraw Obywatelskich INSPRO (Łódź)

Projekt dofinansowany w ramach projektu grantowego pn. „Inkubacja innowacji społecznych w obszarze kształcenia ustawicznego osób dorosłych" realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 przez Stowarzyszenie Instytut Nowych Technologii w Łodzi.

Fundusze Europejskie Wiedza Edukacja Rozwój | Rzeczpospolita Polska | Instytut Nowych Technologii | Unia Europejska Europejski Fundusz Społeczny

E-publikacja przeznaczona wyłącznie do bezpłatnego użytkowania.
Filmy udostępniane na zasadach licencji Creative Commons Uznanie Autorstwa - Na Tych Samych Warunkach 4.0 Polska (treść licencji dostępna na stronie http://creativecommons.org/licences/by-sa/4.0/pl/legalcode) z wyjątkiem zdjęć, dla których licencje zostały odrębnie określone

Łódź 2018-2019

SPIS TREŚCI

Jak utworzyć, jak działać, jak rozwijać? – Bank Wiedzy o działaniach Ekonomii Społecznej i NGO w Polskim Języku Migowym

Słowo wstępne 6

Jak założyć fundację? 8

Jak założyć stowarzyszenie rejestrowe? 10

Jak założyć stowarzyszenie zwykłe? 12

Jak założyć spółdzielnię socjalną? 14

Jak uzyskać status przedsiębiorstwa społecznego? 17

Jak uzyskać status OPP? 18

Ochrona danych osobowych w organizacji pozarządowej 21

Jak zaplanować kampanię 1% 23

Jak przygotować ofertę współpracy z biznesem? 26

Model biznesowy CANVAS – najważniejsze elementy 28

Fundraising w organizacjach pozarządowych 30

Na co zwrócić uwagę przy pisaniu wniosku o dotację? 32

Podstawy kampanii w mediach społecznościowych 34

Cechy dobrej grafiki 36

Nowelizacja ustawy o spółdzielniach socjalnych – na co zwrócić uwagę? 38

Odpowiedzialność prawna członków zarządu organizacji pozarządowej 40

Wolontariat 41

Ustawa o działalności pożytku publicznego i wolontariacie – najważniejsze zasady i punkty ... 43
Jak uzyskać dofinansowanie na miejsce pracy dla osoby niepełnosprawnej? ... 45
Źródła finansowania organizacji – publiczne ... 47
Źródła finansowania działalności organizacji pozarządowych – prywatne ... 48
Profil organizacji na Instagramie ... 49
Profil organizacji na Facebooku ... 50
Jak zorganizować zbiórkę publiczną? ... 51
Jak przygotować profesjonalny biznesplan? ... 52
Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej – co to jest i jak działa? ... 54
Sprawozdanie finansowe i merytoryczne – terminy i obowiązki organizacji pozarządowych ... 55
Składanie wniosku o dotacje – najważniejsze informacje ... 58
Fundusze unijne – najważniejsze informacje ... 61
Jak założyć warsztaty terapii zajęciowej (WTZ)? ... 63
Jak założyć Zakład Aktywności Zawodowej (ZAZ)? ... 66
Netografia – internetowe źródła zagadnień ... 69
Najważniejsze źródła wiedzy o ekonomii społecznej i sektorze NGO ... 72

Motto

„Język migowy jest w rękach jego mistrzów językiem pięknym i pełnym ekspresji, to język, dla którego ani natura, ani sztuka nie znalazły substytutu umożliwiającego Głuchym kontakt między sobą."

J. Schuyler. Long

Joseph Schuyler Long (1869 - 1933)

Autor pierwszego słownika standardowego języka migowego ASL - Głuchy od dzieciństwa. Nauczyciel w Szkole dla Dzieci Głuchych w Iowa (USA). Napisał również tomik poezji zatytułowany Out of the Silence.

SŁOWO WSTĘPNE

Ekonomia społeczna odgrywa coraz większą rolę w społeczeństwie i gospodarce. Pomaga przezwyciężać znaczące problemy społeczne poprzez angażowanie ludzi w działania na rynku pracy.

Projekt „Jak utworzyć, jak działać, jak rozwijać – Bank Wiedzy o działaniach Ekonomii Społecznej i NGO w Polskim Języku Migowym" – to seria filmów edukacyjnych w języku migowym – prezentacja najważniejszych działań ekonomii społecznej i sektora organizacji pozarządowych.

Pomysł jest innowacyjny w skali kraju ze względu na całkowity brak takich materiałów w języku migowym. Bardzo często osoby głuche nie wiedzą, gdzie szukać informacji i do kogo się zwrócić o poradę w zakresie społecznych działań a także wolontariatu.

Projekt ten ma także atut edukacyjny w zakresie słownictwa języka migowego w obszarze sektora organizacji pozarządowych i ekonomii społecznej zarówno dla przyszłych i obecnych tłumaczy języka migowego, jak i dla osób uczących się tego języka.

Filmy edukacyjne, wykonane w ramach projektu pomagają zrozumieć:
- czym jest ekonomia społeczna;
- dlaczego ekonomia społeczna jest tak istotna i jakie są jej główne cele;
- jakie są najważniejsze podmioty ekonomii społecznej oraz czym jest przedsiębiorstwo społeczne;
- jakie korzyści przynosi ekonomia społeczna;
- gdzie uzyskać dodatkowe informacje na tematy związane z ekonomią społeczną.

Jak korzystać z publikacji?

E-publikacja w pdf jest zbiorem wybranych zagadnień z działań ekonomii społecznej i sektora organizacji pozarządowych, z opisami, najważniejszymi źródłami wiedzy (publikacje książkowe i internetowe). Przy każdym zagadnieniu jest ikona 2 rąk w geście migania, która oznacza dostęp do filmu w Polskim Języku Migowym na specjalnie utworzonym kanale YouTube. Wystarczy kliknąć i się otworzy film na YouTube.

Pod każdym filmem jest dostępna do pobrania e-publikacja w formacie pdf.

Powodzenia w zdobywaniu wiedzy!

JAK ZAŁOŻYĆ FUNDACJĘ?

Krok 1. Przygotowanie aktu fundacyjnego

Osobę tworzącą fundację nazywamy fundatorem. Fundatorem mogą być osoby indywidualne niezależnie od ich obywatelstwa i miejsca zamieszkania. Fundację może powołać również organizacja (np. uczelnia wyższa, firma prywatna), której siedziba mieści się w Polsce lub za granicą. Fundatorów może też być kilku – kilka osób indywidualnych, kilka osób prawnych lub grupa składająca się z jednych i drugich.

Akt fundacyjny (założycielski) to oświadczenie woli fundatora tworzące fundację, określające cel i działania oraz kwotę przeznaczoną na realizację celu fundacji. Ma on formę aktu notarialnego, podpisywanego u notariusza. Podpisanie aktu jest płatne.Kwota wskazana w akcie notarialnym jest funduszem założycielskim fundacji. Funduszem mogą być pieniądze, rzeczy wartościowe itp. Przyjmuje się, że minimalna wysokość funduszu założycielskiego wynosi od 500 zł (dla fundacji bez działalności gospodarczej) do 2000 zł (w fundacjach prowadzących działalność gospodarczą). Jeśli fundacja ma podjąć działalność gospodarczą, to na tę działalność powinno się przeznaczyć minimum 1000 zł. Kwota przeznaczona na część dotyczącą działalności statutowej powinna być nie mniejsza niż na działalność gospodarczą, czyli przynajmniej 1000 zł lub więcej.

Krok 2. Opracowanie statutu

Fundator ustanawia fundację, jej statut, wybiera władze i doprowadza do rejestracji fundacji. Fundatorem jest się dożywotnio i nie można tego zmienić. Fundator może być wybrany do zarządu lub rady fundacji – reguluje to statut.

W statucie fundacji muszą być określone:

1. pełna nazwa i siedziba (miejscowość);
2. cele fundacji i sposoby ich realizacji;
3. informacje o władzach fundacji i ministrze, który sprawuje nadzór nad fundacją;
4. sposób reprezentowania fundacji, a także podejmowania decyzji majątkowych;
5. źródła majątku fundacji.

Krok 3. Rejestracja fundacji w KRS

Po podpisaniu aktu notarialnego zarząd fundacji lub fundator składają

wniosek rejestracyjny do KRS.

Wniosek o rejestrację w KRS zawiera:

- urzędowe formularze (W-20 – rejestracja podmiotu, WK – zarząd, rada fundacji, W-9 – rejestr przedsiębiorców, WM – zakres działalności gospodarczej) – 1 egzemplarz;
- akt notarialny – 1 egzemplarz;
- oświadczenie o właściwym ministrze nadzoru – 1 egzemplarz;
- statut fundacji podpisany przez fundatora – 3 egzemplarze;
- uchwały o powołaniu zarządu, rady fundacji – 1 egzemplarz;
- dowód dokonania opłaty za wpis do KRS.

Obowiązkowe opłaty przy rejestracji:

- rejestracja fundacji wyłącznie w KRS – 250 zł;
- rejestracja fundacji w KRS i w rejestrze przedsiębiorców KRS – 600 zł, w tym 500 zł opłata za wpis przedsiębiorców do rejestru, 100 zł za ogłoszenie w Monitorze Gospodarczym. Dotyczy to fundacji z działalnością gospodarczą.

REGON i NIP są nadawane automatycznie przy rejestracji w KRS.

Fundacja po rejestracji w KRS musi:

- założyć konto bankowe;
- zgłosić się do urzędu skarbowego z informacją o miejscu przechowywania dokumentów finansowych, koncie bankowym itp.;
- wybrać biuro księgowe do prowadzenia rachunkowości lub sama prowadzić księgowość.

Źródło: poradnik.ngo.pl/jak-zalozyc-fundacje-krok-po-kroku/ (data dostępu 28.02.2019)
www.biura-rachunkowe.waw.pl/artykul/jak-zalozyc-fundacje-8/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK ZAŁOŻYĆ STOWARZYSZENIE REJESTROWE?

Krok 1. Zebranie założycielskie

Założyciele (co najmniej 7 osób fizycznych mających prawa publiczne i będących obywatelami polskimi) na zebraniu założycielskim decydują o założeniu, przyjęciu statutu, wyborze zarządu stowarzyszenia i komisji rewizyjnej oraz kompletują dokumenty wymagane do rejestracji stowarzyszenia w KRS. Osoby prawne (stowarzyszenia, fundacje, spółki itp) mogą być tylko członkami wspierającymi. Co najmniej 3 stowarzyszenia mogą założyć związek stowarzyszeń – federację.

Krok 2. Przygotowanie statutu

Statut to najważniejszy dokument – „konstytucja" stowarzyszenia – i informacja o zasadach działania stowarzyszenia. Powinien zawierać:

1. pełną nazwę i siedzibę (miejscowość);
2. cele działania;
3. sposoby realizacji celów;
4. źródła majątku stowarzyszenia;
5. informacje o sposobie reprezentacji stowarzyszenia, obowiązkach zarządu, komisji rewizyjnej, Walnego Zgromadzenia Członków, uzyskiwaniu i wydawaniu majątku stowarzyszenia.

Krok 3. Rejestracja w KRS i wymagane dokumenty

Zarząd ma 7 dni od zebrania założycielskiego na złożenie wniosku o rejestrację stowarzyszenia w KRS.

Formularze urzędowe wymagane do rejestracji:

- KRS-W20 – podstawowy wniosek;
- KRS-WK – zgłoszenie składu zarządu;
- KRS-WK – zgłoszenie składu komisji rewizyjnej (do spraw kontroli);
- KRS-WM – zgłoszenie zakresu działalności gospodarczej i wpisu do rejestru przedsiębiorców.

Dokumenty wymagane do rejestracji (po 2 egzemplarze oryginałów):

- statut stowarzyszenia – dwa egzemplarze, podpisane przez cały zarząd stowarzyszenia;
- protokół z zebrania założycielskiego – dwa egzemplarze, podpisane przez przewodniczącego i sekretarza zebrania;
- lista członków założycieli (adresy, numer PESEL, oświadczenia);
- podjęte na zebraniu uchwały o powołaniu stowarzyszenia, przyjęciu statutu, wyborze zarządu i komisji rewizyjnej.

Termin rozpatrzenia wniosku o rejestrację – średnio 1-1,5 miesiąca. KRS w ciągu 7 dni rozpatruje wniosek, może prosić o dodatkowe dokumenty, co przedłuża rejestrację. Po rejestracji w KRS organizacja otrzymuje automatycznie numery REGON i NIP.

Organizacja w ciągu 21 dni, powinna złożyć do Urzędu Skarbowego właściwego dla jej siedziby, formularz z danymi uzupełniającymi – NIP-8. Od 20 maja 2016 roku wszystkie składane formularze muszą być podpisane przez cały zarząd stowarzyszenia.

Przykładowo wypełnione formularze do KRS znajdują się pod linkiem: www.poradnik.ngo.pl/formularze-zakladanie-stowarzyszenia

Źródło: poradnik.ngo.pl/jak-zalozyc-stowarzyszenie-krok-po-kroku/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK ZAŁOŻYĆ STOWARZYSZENIE ZWYKŁE?

Krok 1. Zebranie założycielskie

Założyciele (co najmniej 3 osoby fizyczne) zbierają się na zebraniu założycielskim i decydują o założeniu, przyjęciu regulaminu, wyborze przedstawiciela lub zarządu stowarzyszenia. Osoby prawne (stowarzyszenia, fundacje, spółki itp.) nie mogą być założycielami stowarzyszenia zwykłego.

Krok 2. Opracowanie i przyjęcie regulaminu

Regulamin jest podstawowym dokumentem określającym zasady działania stowarzyszenia.

W regulaminie muszą być określone:

1. nazwa;
2. cele i środki działania;
3. teren działania i siedziba;
4. sposób nabycia i utraty członkostwa;
5. zasady wyboru przedstawiciela lub zarządu;
6. zasady zmiany regulaminu;
7. zasady rozwiązania stowarzyszenia zwykłego;
8. źródła majątku stowarzyszenia.

Krok 3. Rejestracja w ewidencji stowarzyszeń zwykłych

Stowarzyszenie zwykłe rejestruje się w ewidencji stowarzyszeń zwykłych prowadzonej przez starostę powiatu. Do rejestracji potrzebne są:

1. wniosek o wpisanie do ewidencji (wniosek powinien zawierać: datę, nazwę urzędu prowadzącego ewidencję, adres siedziby, podpisy przedstawicieli lub zarządu) – nie ma obowiązującego wzoru, we właściwym urzędzie można się dowiedzieć, czy istnieje taki wzór dla lokalnych stowarzyszeń;
2. regulamin działalności;
3. protokół z zebrania założycielskiego z informacjami o założeniu stowarzyszenia zwykłego, przyjęciu regulaminu działalności, o wyborze przedstawiciela lub zarządu reprezentującego stowarzyszenie;
4. lista założycieli wraz z podpisami i oświadczeniami o byciu niepozbawionym praw publicznych (imiona i nazwiska, daty i miejsca urodzenia, PESEL, adresy zamieszkania);
5. dane przedstawiciela albo członków zarządu – imię i nazwisko, adres zamieszkania, numer PESEL.

Złożenie wniosku o wpis do ewidencji stowarzyszeń zwykłych oraz sam wpis są bezpłatne.

Starosta po otrzymaniu wszystkich wymaganych dokumentów bada poprawność formalną oraz zgodność z przepisami określonymi w ustawie Prawo o stowarzyszeniach. Starosta ma 7 dni na wpis stowarzyszenia do rejestru.

Stowarzyszenie zwykłe nie może prowadzić działalności odpłatnej pożytku publicznego oraz działalności gospodarczej.

Krok 4. Inne obowiązki związane z rejestracją stowarzyszenia zwykłego

Stowarzyszenie po rejestracji musi uzyskać:
- numer REGON w urzędzie statystycznym (formularz RG-OP);
- NIP w Urzędzie Skarbowym (druk NIP-2);
- prowadzić księgi rachunkowe.

Źródło: poradnik.ngo.pl/stowarzyszenie-zwykle/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK ZAŁOŻYĆ SPÓŁDZIELNIĘ SOCJALNĄ?

Krok 1. Utworzenie grupy założycielskiej

Spółdzielnię socjalną mogą założyć 3 osoby, a w ciągu roku należy przyjąć kolejne 2 osoby na członków. Co ważne – spółdzielnię socjalną powołuje się w celu rehabilitacji i reintegracji zawodowej osób wykluczonych z rynku pracy (bezrobotnych, z niepełnosprawnościami, znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej) i zwykle to one są członkami-założycielami spółdzielni.

Krok 2. Pomysł na działalność

Zazwyczaj spółdzielnie socjalne powstają przy wsparciu ośrodków wsparcia ekonomii społecznej, które przyznają im na ten cel dotacje. Dotacje finansowe można uzyskać po przygotowaniu biznesplanu, który pokazuje, czy spółdzielnia ma szansę utrzymać się na rynku. Dlatego ważne jest przemyślenie pomysłu na działalność biznesową, sprawdzenie zapotrzebowania na produkty lub usługi oraz przeliczenie, czy przedsięwzięcie będzie opłacać się finansowo. Na tym etapie ważne jest zaangażowanie całej grupy założycielskiej i dzielenie się zadaniami.

Krok 3. Przygotowanie statutu

Statut spółdzielni określa cele i zasady funkcjonowania tworzonej spółdzielni. Musi zawierać niezbędne elementy, którymi są:

- nazwa spółdzielni zawierająca określenie „spółdzielnia socjalna", siedziba, teren działania (gmina, powiat, kraj);
- cel i przedmiot działalności spółdzielni – określa działania wykonywane w ramach działalności gospodarczej (zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności – PKD) oraz informacja, że spółdzielnia działa na rzecz reintegracji społecznej i zawodowej;
- zasady funkcjonowania spółdzielni, prawa i obowiązki jej członków i pracowników.

Krok 4. Zebranie założycielskie i wymagane dokumenty

Na zebraniu założycielskim obecni muszą być wszyscy założyciele spółdzielni. Głównym celem zebrania założycielskiego jest: powołanie spółdzielni socjalnej, wybór jej zarządu oraz przyjęcie statutu i zebranie dokumentów potrzebnych do rejestracji spółdzielni.

Dokumenty z zebrania założycielskiego dołączone potem do wniosku rejestracyjnego to:

1. protokół z zebrania założycielskiego podpisany przez przewodniczącego i sekretarza zebrania;
2. lista członków założycieli z podpisami, adresami, nr PESEL;
3. uchwały podjęte przez członków założycieli (o założeniu spółdzielni, wyborze zarządu, uchwaleniu statutu);
4. statut podpisany przez wszystkich członków;
5. zaświadczenia potwierdzające, że założyciele należą do grupy uprawnionych do założenia spółdzielni socjalnej:
   - bezrobotni,
   - bezdomni, zwalniani z zakładów karnych, niepełnosprawni, uchodźcy,
   - uzależnieni od alkoholu,
   - uzależnieni od narkotyków, chorzy psychicznie,
   - opiekunowie osób z niepełnosprawnością niepobierajacy świadczeń;
6. potwierdzone notarialnie lub przed pracownikiem sądu podpisy wszystkich członków zarządu.

Od momentu zakończenia spotkania założycielskiego zarząd ma 7 dni na zarejestrowanie spółdzielni.

Krok 5. Rejestracja

Spółdzielnię socjalną rejestruje się w oddziale Krajowego Rejestru Sądowego w rejestrze przedsiębiorców. Za rejestrację spółdzielni socjalnej odpowiedzialny jest zarząd.

Formularze niezbędne do zarejestrowania spółdzielni socjalnej:
- KRS-W5 – rejestracja powołanej spółdzielni socjalnej;
- KRS-WK – wskazanie zarządu spółdzielni;
- KRS-WM – wskazanie zakresu działalności gospodarczej (kody PKD – klasyfikacja działalności).

Do formularzy dołącza się wymienione wcześniej dokumenty z zebrania założycielskiego.

Nie ma opłat za wpis spółdzielni do KRS oraz za dokonanie zmian we wpisie.

Na rozpatrzenie wniosku sąd rejestrowy ma 14 dni od daty złożenia wniosku.

W przypadku braków i poprawek zarząd ma 7 dni na uzupełnienie dokumentów.

Spółdzielnia nabywa osobowość prawną dopiero w momencie rejestracji a nie jej powołania.

Dokument o wpisie do KRS jest podstawową informacją o spółdzielni

socjalnej.

Numery NIP i REGON zostaną nadane automatycznie.

Krok 6. Obowiązki po zarejestrowaniu spółdzielni socjalnej

- otwarcie rachunku bankowego;
- wyrobienie pieczątki firmowej zawierającej nazwę spółdzielni, adres siedziby oraz numery NIP i REGON;
- zgłoszenie spółdzielni do ZUS jako płatnika składek w ciągu 7 dni od zatrudnienia pierwszego pracownika;
- zgłoszenie podmiotu do Urzędu Skarbowego;
- zarejestrowanie spółdzielni jako płatnika VAT (jeśli bedzie ona prowadzić działalność VAT, np. sprzedaż alkoholu).

Źródło: wupkielce.praca.gov.pl/zalozenie-spoldzielni-socjalnej-krok-po-kroku/ (data dostępu 28.02.2019)
spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/jak-zalozyc-spoldzielnie-socjalna-prezentacja/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK UZYSKAĆ STATUS PRZEDSIĘBIORSTWA SPOŁECZNEGO?

O status przedsiębiorstwa społecznego mogą ubiegać się podmioty ekonomii społecznej (spółdzielnie socjalne, fundacje, stowarzyszenia, spółki z o.o. – non-profit), które spełniają definicję przedsiębiorstwa społecznego.

Główne cechy przedsiębiorstwa społecznego to m.in.:

- zatrudnianie odpowiedniej liczby pracowników;
- zatrudnianie wskazanego w definicji procentu pracowników-osób zagrożonych wykluczeniem społecznym i ubóstwem;
- zarządzanie demokratyczne w przedsiębiorstwie;
- wprowadzone limity wynagrodzeń.

Jak uzyskać status przedsiębiorstwa społecznego?

Wniosek w sprawie uzyskania statusu przedsiębiorstwa społecznego (wraz z załącznikami, oświadczeniami) należy złożyć do ośrodka wsparcia ekonomii społecznej działającego w regionie właściwym dla siedziby podmiotu. OWES wydaje decyzję, na podstawie której status przyznawany jest na 18 miesięcy. Po 18 miesiącach należy ponownie wystąpić z wnioskiem o weryfikację statusu.

Status ten otwiera różne możliwości dla przedsiębiorstw społecznych zarówno w działaniach ośrodków wsparcia ekonomii społecznej jak i w działaniach regionalnych ośrodków polityki społecznej.

Status przedsiębiorstwa społecznego pomaga uzyskać wsparcie finansowe i daje możliwość ubiegania się o społeczne zamówienia publiczne.

Wpisanie na listę przedsiębiorstw społecznych jest formą promocji działań przedsiębiorstw społecznych. Listy wojewódzkie publikowane są na stronach regionalnych ośrodków polityki społecznej, a lista ogólnopolska na stronie www.ekonomiaspoleczna.gov.pl Departamentu Ekonomii Społecznej i Solidarnej (Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej).

Uwaga! Uzyskanie statusu przedsiębiorstwa społecznego nie wiąże się z żadnymi opłatami ani ze zmianą formy prawnej organizacji.

Źródło: www.es.rcpslodz.pl/index.php/9-news/268-jak-uzyskac-status-przedsiebiorstwa-spolecznego/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK UZYSKAĆ STATUS OPP?

Krok 1. Czy organizacja może ubiegać się o status organizacji pożytku publicznego?

Aby organizacja mogła uzyskać status OPP, musi spełnić następujące warunki:

- prowadzi działalność pożytku publicznego na rzecz społeczności lub podmiotów przez minimum 2 lata;
- prowadzi działalność gospodarczą wyłącznie jako dodatkową do działalności pożytku publicznego;
- nadwyżkę przychodów nad kosztami przeznacza na działalność pożytku publicznego;
- posiada statutowy organ kontroli niezależny od zarządu (najczęściej jest to komisja rewizyjna);
- posiada statut, w którym jest zapisane, że organizacja przeznacza swój majątek tylko na cele statutowe oraz, że nie dokonuje zakupów od innych organizacji lub firm, które są związane z członkami organizacji OPP;
- sporządza roczne sprawozdania finansowe i merytoryczne ze swojej działalności oraz podaje je do publicznej wiadomości.

Krok 2. Złożenie dokumentów do KRS

Organizacja, która chce zostać organizacją pożytku publicznego (OPP), składa do oddziału KRS wniosek o nadanie statusu OPP.

Wniosek o rejestrację statusu OPP składa się z urzędowych formularzy oraz z załączników. Rodzaj składanych formularzy zależy od tego, czy starająca się o status organizacja musiała po swoim utworzeniu zarejestrować się w Krajowym Rejestrze Sądowym, czy nie (np. parafie, uczniowskie kluby sportowe nie muszą rejestrować się w KRS).

Organizacje, które są już zarejestrowane w KRS, składają następujące formularze:

- KRS-Z20,
- KRS-W-OPP.

Organizacje, które nie są zarejestrowane w KRS (parafie, kluby sportowe), składają następujące formularze:

- KRS-W21,
- KRS-W-OPP.

W formularzach urzędowych należy wpisać kody PKD odnośnie działalności odpłatnej, nieodpłatnej lub gospodarczej (stat.gov.pl/Klasyfikacje/

doc/pkd_07/pkd_07.htm)

Wymagane załączniki do wniosku o rejestrację:

1. oświadczenie członków organu kontroli o niekaralności oraz nie pozostawania w związku małżeńskim, we wspólnym pożyciu, braku pokrewieństwa, powinowactwa i podległości z tytułu zatrudnienia wobec członków zarządu;
2. oświadczenie członków zarządu o niekaralności;
3. oświadczenie członków zarządu, że cały dochód (nadwyżka przychodów nad kosztami) organizacji jest przekazywany na działalność pożytku publicznego;
4. oświadczenie członków zarządu, że działalność gospodarcza (o ile organizacja ją prowadzi) jest działalnością dodatkową w stosunku do działalności statutowej;
5. dokumenty potwierdzające, że organizacja prowadzi działalność pożytku publicznego nieprzerwanie przez okres co najmniej 2 lat: sprawozdanie merytoryczne, finansowe z ostatnich dwóch lat działalności, rekomendacje, artykuły prasowe o organizacji i wszystkie inne dokumenty, które stanowią dowód prowadzenia działalności pożytku publicznego;
6. statut – składamy jedynie wówczas, kiedy organizacja zmieniła zapisy statutowe, dostosowując je do wymogów ustawy.

Organizacja, która ubiega się o nadanie statusu organizacji pożytku publicznego jest zwolniona z opłat sądowych.

Sąd ma 7 dni na decyzję na przyznanie statusu OPP. W tym czasie bada, czy wpisane działania mieszczą się w sferze pożytku publicznego i czy dokumenty organizacji to potwierdzają. Sprawdzana jest również zgodność zapisów statutowych z wymogami przepisów.

Jeśli organizacja spełnia wszystkie wymogi ustawy, złożyła odpowiednie i prawidłowo wypełnione formularze oraz załączyła wymagane załączniki, powinna uzyskać status OPP.

Krok 3. Uzyskany status OPP i co dalej?

Korzyścią z posiadania przez organizację statusu OPP jest przede wszystkim możliwość pozyskiwania 1% podatku dochodowego. Wiąże się z tym również szereg obowiązków. Niedopełnianie obowiązków oraz łamanie innych przepisów prawa może skutkować odebraniem statusu OPP.

Czy po utracie statusu OPP organizacja może ponownie złożyć wniosek o nadanie statusu OPP?

Tak, może z tym że w przypadku:

– jeśli organizacja zrezygnowała z posiadania statusu OPP, może złożyć wniosek o ponowne jego nadanie w dowolnym momencie;

– jeśli organizacja utraci status OPP (np. w wyniku kontroli), może złożyć wniosek o ponowne jego nadanie po dwóch latach od wyrejestrowania tego statusu.

Źródło: poradnik.ngo.pl/kto-i-na-jakich-warunkach-moze-otrzymac-status-opp/ (data dostępu 28.02.2019)
poradnik.ngo.pl/jak-zarejestrowac-status-opp-krok-po-kroku/ (data dostępu 28.02.2019)

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH W ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ

Każda organizacja pozarządowa zbiera i przetwarza dane osobowe. Mogą być to dane członków stowarzyszenia, darczyńców, wolontariuszy, pracowników i współpracowników oraz dane osób korzystających z bezpłatnych i odpłatnych działań organizacji.

Od maja 2018 roku zasady ochrony danych osobowych reguluje RODO, czyli rozporządzenie UE o ochronie danych osobowych.

1. Czym są dane osobowe?

Dane osobowe są informacjami na temat osoby indywidualnej, które ułatwiają jej identyfikację. Mogą to być: imię, nazwisko, PESEL, adres domowy i e-mailowy, dokumentacja medyczna.

2. Czym są dane wrażliwe?

Szczególną kategorią danych osobowych są dane wrażliwe. RODO kładzie szczególny nacisk na ochronę tego typu danych – ich przetwarzanie wymaga zgody.

Dane wrażliwe to:

- pochodzenie rasowe lub etniczne;
- poglądy polityczne;
- przekonania religijne lub światopoglądowe;
- przynależność związkowa;
- dane genetyczne;
- dane biometryczne (odcisk palca, skan oka, skan twarzy);
- dane dotyczące zdrowia, seksualności i orientacji seksualnej.

3. Jak RODO wpływa na ochronę danych osobowych w organizacji?

RODO zniosło dotychczasowe obowiązki dotyczące przetwarzania danych. Zastąpiła je większa swoboda w doborze procedur ochrony danych, dostosowanych do specyfiki danej organizacji. Główne zasady dotyczące zbierania danych to ograniczenie celu i minimalizacja danych – organizacja może pozyskiwać dane wyłącznie w określonym celu, na określony czas i w zakresie niezbędnym do realizacji danych zadań. Oznacza to, że organizacja nie powinna prosić uczestnika projektu o nr PESEL, jeśli nie będzie go wykorzystywać do dokumentacji.

4. Na jakiej podstawie organizacja może przetwarzać dane osobowe?

RODO wymienia 6 zasad prawnych przetwarzania danych osobowych. Są to:

- zgoda osoby;
- uzasadnione przypadki ochrony życia danej osoby w sytuacjach medycznych;
- realizacja zadania ważnego dla tej osoby;
- prawnie uzasadnione działania, pomoc dla tej osoby;
- obowiązek wynikający z przepisów ustaw, które są stosowane w projektach i organizacji;
- czynności niezbędne do zawarcia lub wykonania umowy.

Zgoda nie jest więc już jedyną podstawą przetwarzania danych osobowych.

5. Czym jest klauzula informacyjna?

RODO nakłada na organizacje obowiązek informowania osoby o przetwarzaniu jej danych osobowych.

Informacja o przetwarzaniu danych osobowych zawiera:

- adres i dane kontaktowe organizacji;
- cel przetwarzania danych;
- zasadę prawną przetwarzania danych;
- ewentualnych odbiorcach danych;
- okresie przechowywania danych;
- zapis o prawie osoby do żądania informacji, prawie do cofnięcia zgody i sposobie w jaki można to zrobić, prawie do wniesienia skargi;
- zapis o tym, czy podanie danych osobowych jest wymogiem ustawowym lub warunkiem zawarcia umowy oraz czy osoba, której dane dotyczą, jest zobowiązana do ich podania i jakie są ewentualne konsekwencje niepodania danych;
- zapis o zautomatyzowanym podejmowaniu decyzji , w tym o profilowaniu (działalność sklepów internetowych i reklamy internetowe).

Podstawa prawna:

art. 13 ust. 1 i ust. 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27.04.2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej: RODO).

Źródło: inspro.org.pl/centrumklucz/dzieje-sie/organizacjo-przygotuj-sie-na-rodo/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK ZAPLANOWAĆ KAMPANIĘ 1%

Kampania promocyjna 1% powinna być ważnym momentem w ciągu roku dla każdej organizacji posiadającej status organizacji pożytku publicznego. Decyduje bowiem o wysokości środków finansowych, jakie organizacja pozyska z 1% podatku. Wcześniejsze zaplanowanie kampanii przyniesie więcej korzyści niż działania realizowane bez odpowiedniego przygotowania.

1. Jak się przygotować do planowania kampanii?

- Kampania 1% trwa w okresie od stycznia do kwietnia. Szczegóły kampanii powinno się planować w zasadzie od ostatnich miesięcy roku poprzedzającego kampanię.
- Wybiera się zespół realizujący kampanię: 3-5 osób, które będą wykonywać przydzielone im zadania. Całości pilnuje lider zespołu.
- Ustala się harmonogram działań – ile czasu zajmie planowanie oraz realizacja kampanii.
- Ustala się budżet kampanii. Do tych działań wlicza się zasoby rzeczowe i osobowe organizacji.
- Szuka się wsparcia ze strony osób lub organizacji doświadczonych w realizacji kampanii promocyjnych. Zebranie dotychczasowych doświadczeń w realizacjach kampanii i podobnych działań.

2. Wyznaczenie celu kampanii.

- Postawienie sobie pytania: jakich efektów oczekujemy? po co robimy kampanię? skąd się dowiemy, że osiągnęliśmy sukces?
- Postawienie przed sobą konkretnego celu i efektu (liczba osób przekazujących 1%, planowana kwota do zebrania).

3. Stworzenie komunikatu.

- Cel kampanii w formie „historii", która będzie ciekawa dla darczyńców – nazwanie problemu i jego rozwiązanie, które oferujecie.
- Pomysł na motto kampanii – nawiązuje do tego, jaka jest organizacja.
- Oprawa graficzna kampanii powinna być spójna z hasłem kampanii – będzie wykorzystywana w swoich przekazach, np. na stronie www.

4. Określenie grupy odbiorców.

Należy się zastanowić, do kogo dotrzeć z pomysłem kampanii – mogą być to osoby już związane z organizacją – współpracownicy, ich rodziny, sympatycy, wolontariusze, uczestnicy projektów i inni.

5. Wybór materiałów i narzędzi wspierających kampanię.

Istnieje wiele narzędzi i metod dotarcia do potencjalnych darczyńców. Są to m.in.: billboardy, ulotki, sms, plakaty, bezpośredni mailing, wysyłka listów do darczyńców, reklamy w mediach tradycyjnych (radio, telewizja,- gazety papierowe), różne formy reklam w internecie, strona internetowa, program do rozliczeń PIT, współpraca z biurami księgowymi.

Na początek najlepiej sprawdzić 2 lub 3 metody i zobaczyć, jak działają.

6. Przygotowanie harmonogramu kampanii.

- Przygotowanie kalendarza kampanii,
- podział zadań w zespole,
- ustalenie harmonogramu zebrań zespołu i wymiany informacji w zespole.

7. Przygotowanie budżetu kampanii.

- Zaplanowanie kwoty do zebrania,
- sprawdzenie możliwości finansowych i budżetu organizacji,
- weryfikacja wyników poprzednich kampanii, plan budżetu,
- zaplanowanie nieprzewidzianych wydatków w budżecie
- ustalenie kosztów poszczególnych działań.

8. Czas na realizację to, co zaplanowane i podsumowanie działań.

Nadchodzi czas realizacji działań.

Najlepszym sposobem na podsumowanie i ewaluację działań jest raport z realizacji kampanii, który zawiera informacje o:

- czasie trwania kampanii;
- celu kampanii;
- haśle przewodnim kampanii;
- oprawie graficzna;
- grupie docelowej;
- wybranych narzędziach i kanałach;
- budżecie i harmonogramie;
- wynikach realizacji kampanii;
- wnioskach z kampanii – co było sukcesem, a co się nie sprawdziło.

Część powyższych porad ma uniwersalny charakter i może być wykorzystana przy planowaniu promocji wydarzenia, zbiórki publicznej, rekrutacji czy realizowanego projektu.

źródło: inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/jak-zaplanowac-kampanie-1-procent/
(data dostępu 28.02.2019)

JAK PRZYGOTOWAĆ OFERTĘ WSPÓŁPRACY Z BIZNESEM?

1. Najczęstszymi formami współpracy z biznesem są:

- sponsoring (organizacja musi mieć działalność gospodarczą);
- darowizna pieniężna;
- darowizna rzeczowa;
- darowizna usługowa;
- wolontariat;
- współpraca barterowa (wymiana usług);
- partnerstwo formalne lub nieformalne przy realizacji projektu;
- wymiana kontaktów i wsparcie w postaci doradztwa.

2. Znalezienie firm do współpracy

Organizacja musi zaplanować i wybrać grupę firm, które byłyby zainteresowane wsparciem organizacji. Szukając firmy, warto odpowiedzieć sobie na poniższe pytania:

- jaki jest cel współpracy z firmą?
- jakie będą korzyści ze współpracy z firmą?
- na czym ma polegać współpraca?
- jakie korzyści ze współpracy będzie miała firma?

Poszukując partnerów biznesowych warto przeprowadzać analizy firm, ich struktury organizacyjnej i sylwetek najważniejszych osób. Te działania wstępne pozwolą na wybór firmy, która będzie pasowała do charakteru działań organizacji.

3. Przygotowanie oferty

Gdy organizacja wie, do jakiej firmy chce się zwrócić o pomoc, może przystąpić do przygotowania opisu projektu i oferty sponsorskiej.

W ofercie współpracy najważniejszymi punktami są:

- szczegółowy opis projektu (czego dotyczy projekt, miejsce realizacji, liczba uczestników, główny cel, harmonogram i budżet, promocja projektu);
- uzasadnienie wyboru właśnie tej firmy, z zaznaczeniem co ją łączy z organizacją;
- opis dotychczasowych działań organizacji, sukcesów, zasobów rzeczowych i osobowych;
- budżet projektu;

– wyrażone wprost oczekiwania organizacji wobec firmy – merytoryczne, rzeczowe, finansowe;
– korzyści dla firmy wspierającej organizację: rozpoznawalność marki, możliwości sprzedażowe, prospołeczny wizerunek firmy, promocja firmy jako firmy wspierającej działania organizacji (social media, media telewizyjne, media prasowe).

4. Spotkanie osobiste i prezentacja oferty

Ważnym elementem pozyskania darczyńcy biznesowego jest umówienie się na spotkanie osobiste. Podczas spotkania z przedstawicielami firmy trzeba pamiętać o:
– aktywnym słuchaniu;
– konkretnej i rzeczowej prezentacji projektu;
– posiadaniu materiałów o organizacji;
– kulturalnym tonie wypowiedzi;
– prezentacji wzajemnych korzyści współpracy;
– kulturalnym przyjęciu ewentualnej odmowy.

Po spotkaniu organizacja powinna pamiętać o:
– napisaniu e-maila z podziękowaniem za spotkanie, niezależnie od jego efektu;
– przesłaniu e-mailem spisanych ustaleń;
– wysyłce dodatkowych dokumentów dla firmy, jeśli firma o to poprosiła.

Trzeba pamiętać, że odmowa wsparcia przez firmę zdarza się bardzo często, należy przyjąć ją kulturalnie, spytać o powody odmowy i ewentualnie poprosić o poradę i kontakt w przyszłości.

źródło: inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/jak-przygotowac-oferte-wspolpracy-ngo-z-biznesem/ (data dostępu 28.02.2019)

MODEL BIZNESOWY CANVAS – NAJWAŻNIEJSZE ELEMENTY

Jedną z najpopularniejszych metod planowania biznesowego jest model biznesowy Canvas. Stworzył go Alexander Osterwalder. Ten sposób modelowania i planowania biznesowego może być wykorzystywany również przez organizacje pozarządowe.

Można go nazwać biznesplanem na jednej kartce. Model ten pokazuje, skąd firma/organizacja bierze pieniądze, co sprzedaje, komu sprzedaje, jakie projekty realizuje, kiedy osiąga sukces. W specjalnym szablonie mieszczącym się na jednej kartce można opisać pomysł na działalność biznesową lub społeczną.

Model składa się z 9 elementów:

1. Grupy klientów – potencjalni klienci i sympatycy. Podstawowe pytania dla tego elementu: dla kogo jest to tworzone? jakie grupy klientów można wyróżnić? kim jest potencjalny klient?
2. Propozycja wartości – to powód, dla którego klienci bądź sympatycy wybierają konkretną organizację. Podstawowe pytania to: jakie problemy są rozwiązywane? jakie potrzeby są zaspokajane? jakie produkty lub usługi są oferowane klientom?
3. Kanały komunikacji – opisują w jaki sposób firma się komunikuje i dociera do klientów. Kanały dotyczą:
   - sposobów dostarczenia klientowi informacji o produktach i usługach;
   - sposobów zakupu lub skorzystania z produktu lub usługi;
   - sposobów dostarczenia produktu lub usługi do klienta;
   - sposobów wsparcia posprzedażowego – umożliwienie klientom oceny danego produktu/usługi oraz pomoc w jego prawidłowym działaniu.
4. Relacje z klientami – opisują charakter relacji z klientami. Muszą odpowiadać oczekiwaniom klientów. Mogą być to:
   - bezpośredni kontakt z klientem;
   - kontakt zautomatyzowany (list, newsletter) lub kontakt przez internet.
5. Plan i organizacja przychodów określają, za co i ile są w stanie zapłacić klienci. Tutaj należy określić przychody i sposoby płatności – opłaty subskrypcyjne, licencje, abonamenty, przychody z innych źródeł.

6. Kluczowe zasoby określają co jest potrzebne do zrealizowania propozycji wartości. Tutaj można wymienić:
   - pieniądze;
   - zasoby fizyczne – wszystkie środki rzeczowe i majątek rzeczowy organizacji;
   - zasoby intelektualne – patent, prawa autorskie lub dane klientów;
   - zasoby osobowe – personel organizacji.
7. Kluczowe działania określają co trzeba zrobić, by dostarczyć klientom propozycję wartości. Mogą być to:
   - produkcja – projektowanie, tworzenie oraz dostarczanie produktów;
   - rozwiązywanie problemów – wsparcie klienta/sympatyka, pomoc w różnych sytuacjach.
8. Kluczowi partnerzy określają z kim i na jakich zasadach odbędzie współpraca przy realizacji działań organizacji. Mogą być to:
   - inne organizacje i firmy;
   - współpracownicy, dostawcy usług;
   - darczyńcy.
9. Struktura kosztów określa zaplanowany budżet, koszty konieczne do poniesienia w celu dostarczenia propozycji wartości.

Źródło: 6krokow.pl/jak-stworzyc-dobry-model-biznesowy-korzystajac-z-modelu-biznesowego-canvas/ (data dostępu 28.02.2019)

FUNDRAISING W ORGANIZACJACH POZARZĄDOWYCH

Fundraising jest to strategia pozyskiwania funduszy na działalność organizacji od osób indywidualnych, firm, innych organizacji pozarządowych, ze źródeł publicznych (rządowych i samorządowych) oraz poprzez prowadzenie działalności gospodarczej.

Najpopularniejsze źródła przychodów organizacji pozarządowych w Polsce to:

- składki członkowskie – 63% organizacji,
- środki samorządowe – 61% organizacji,
- darowizny od osób indywidualnych – 50% organizacji,
- darowizny od firm i instytucji – 36% organizacji,
- 1% podatku – 25% organizacji,
- odpłatna działalność pożytku publicznego – 18% organizacji,
- fundusze Unii Europejskiej – 11 % organizacji,
- zbiórki publiczne – 10 % organizacji,
- działalność gospodarcza – 7% organizacji.

Brak funduszy hamuje rozwój organizacji i nie pozwala na realizację nowych projektów. Niebezpieczne jest uzależnianie się organizacji od jednego źródła przychodów (składki członkowskie). Warto, by w organizacji była osoba, która będzie dbała o znalezienie źródeł finansowania najkorzystniejszych dla organizacji oraz będzie potrafiła pozyskać z nich pieniądze. Taką osobą jest fundraiser – osoba, która szuka funduszy na działania organizacji. Źródła, z których dana organizacja pozarządowa może pozyskiwać fundusze na swoją działalność, określa jej statut, dlatego warto pomyśleć nad szerokim zbiorem możliwych źródeł przychodów.

Przykładowe narzędzia i kanały komunikacji to:

1. Wysyłka bezpośrednia – do darczyńców wysyła się tradycyjny list z prośbą o darowiznę. Jest to jedno z droższych narzędzi fundraisingowych.
2. Internet – tu można pozyskiwać fundusze poprzez wysyłkę e-maili, przez aplikacje, bankowość elektroniczną, crowdfunding. Internet daje wiele możliwości dotarcia do darczyńców.
3. Granty i dotacje – źródła środków, które przeznaczane są na konkretne działania, zwykle ograniczone w czasie. Mogą pochodzić ze środków samorządowych, rządowych lub unijnych.
4. 1% podatku – organizacje posiadające status Organizacji Pożytku Publicznego (OPP) uprawnione są do pozyskiwania 1% podatku dochodowego.

5. Zbiórki publiczne – ich cechą jest to, że dający i zbierający nie znają się.
6. Działalność gospodarcza lub odpłatna – działalność, w ramach której organizacja pobiera opłaty za swoje produkty lub usługi.
7. Media tradycyjne (telewizja, radio, prasa) – organizacje posiadające status OPP mogą korzystać z bezpłatnego czasu antenowego w Polskim Radio i w Telewizji Publicznej.

Część tych funduszy zapewnia pieniądze związane z konkretnym celem, na który mają być wydatkowane, a część funduszy to środki finansowe niecelowe możliwe do wydatkowania na dowolny cel. Każda organizacja powinna dążyć do zwiększania udziału środków niecelowych w swoim budżecie.

Źródło: inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/manual-fundraising-na-skroty/ (data dostępu 28.02.2019)
inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/abc-fundraisingu-czyli-jak-zaczac-i-kontynuowac/ (data dostępu 28.02.2019)
poradnik.ngo.pl/zbiorki-publiczne/ (data dostępu 28.02.2019)

NA CO ZWRÓCIĆ UWAGĘ PRZY PISANIU WNIOSKU O DOTACJĘ?

Najlepszym sposobem na napisanie dobrego wniosku o dotację jest ciekawy pomysł na konkretne działanie i mający sens plan realizacji tego działania.

Zazwyczaj pieniądze w ramach dotacji przyznawane są w trybie konkursu. W związku z tym warto na bieżąco sprawdzać strony internetowe instytucji przyznających środki finansowe.

Gdy organizacja znajdzie konkurs, w którym można starać się o dotację, musi na początek sprawdzić, czy spełnia kryteria udziału. Na początek należy również sprawdzić do kiedy, gdzie i w jakiej formie należy złożyć wniosek. Wszystkie informacje znajdują się w dokumentacji konkursowej.

Dokumentację konkursową stanowią: regulamin, wzory kart oceny formalnej i merytorycznej, wzór formularza wniosku, wzory załączników, poradniki dla piszących wniosek.

Najważniejszym krokiem jest dokładne przeczytanie dokumentacji i regulaminu konkursu.

W wielu konkursach są zamieszczane bardzo pomocne instrukcje wypełniania wniosku o dotację oraz zbiory pytań najczęściej zadawanych przez osoby piszące wnioski – FAQ.

Przygotowanie wniosku – najważniejsze punkty:

- poprawne wpisanie wszystkich danych organizacji,
- wypełnienie wszystkich koniecznych pól formularza wniosku,
- konkretne i możliwe do zrealizowania rezultaty,
- proste i konkretne opisy poszczególnych działań,
- realny i przemyślany budżet projektu,
- dopasowanie działań do budżetu projektu,
- opis zasobów i doświadczenia organizacji wskazujący, że organizacja może zrealizować planowane działania,
- nieprzekraczanie ilości znaków w poszczególnych polach formularza (jeśli są),
- opis problemu powinien być opisany także za pomocą badań, statystyk,
- zwięzły i konkretny opis celu głównego projektu,
- działania muszą być powiązane z budżetem, planowane rezultaty muszą wynikać z działań,
- wypełnianie pól formularza zgodnie ze wskazówkami. Wniosek musi

być napisany tak, aby był zrozumiały dla ekspertów – osób oceniających wniosek. Warto zadbać o to, by był zrozumiały w czytaniu i przybliżył oceniającym temat, w którym jesteśmy specjalistami.

Dodatkowe uwagi:

W niektórych konkursach obowiązują kryteria dodatkowe, wymienione w dokumentacji konkursowej. Spełnienie tych kryteriów skutkuje dodatkowymi punktami podczas oceny merytorycznej, a liczba punktów wpływa na miejsce na liście rankingowej ocen.

Jeśli są wymagane załączniki do wniosku, to muszą być wypełnione poprawnie i dostarczone razem z wnioskiem.

Źródło: www.przepisnabiznes.pl/dzialalnosc-gospodarcza/pisanie-wnioski-dotacja-ue.html (data dostępu 28.02.2019)

PODSTAWY KAMPANII W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Obecnie media społecznościowe (social media) stają się głównym kanałem komunikacji pomiędzy organizacją a jej odbiorcami. W Internecie ludzie spędzają coraz więcej czasu – warto to wykorzystać i zaplanować przeprowadzenie kampanii promocyjnej lub fundraisingowej w mediach społecznościowych (social mediach).

1. Wyznaczenie celu

Podobnie jak w przypadku każdej kampanii, kampania w social mediach powinna mieć cel. Mogą być to:

- budowanie relacji z klientami, członkami i sympatykami,
- promocja organizacji,
- pozyskiwanie funduszy,
- zachęcenie odbiorców do działań - podpisania petycji.

2. Media społecznościowe – które wybrać?

Najpopularniejsze media społecznościowe to Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, LinkedIn. Medium społecznościowym jest również blog, który daje użytkownikom możliwość interakcji i dialogu z organizacją.

Wybór medium zależy od celu kampanii, posiadanej wiedzy, umiejętności i zasobów – czasowych oraz finansowych. Kampania w social mediach jest z reguły darmowa, ale jej obsługa wymaga dużej ilości czasu, a do tego jest nieskuteczna, jeżeli prowadzi ją osoba bez doświadczenia i zrozumienia charakteru danego medium.

Facebook pozwala na największą różnorodność publikowanych treści – mogą to być teksty, zdjęcia, filmy i ankiety.

Do częstego przekazywania krótkich informacji sprawdzi się Twitter.

Instagram jest bardzo dobry do reklamowania produktów i pokazywania aktywności organizacji, zwłaszcza na Instastory za pomocą filmików.

Organizacja może także promować swoje działania i publikować treści wideo na kanale YouTube.

3. Podstawowe zasady działania w mediach społecznościowych

Regularne i stałe publikowanie ciekawych postów, filmów video, zdjęć, ciekawych fachowych artykułów, opinii wpływa pozytywnie na wizerunek marki organizacji w Internecie.

Profile organizacji w serwisach społecznościowych powinny mieć nazwę, która pozwoli szybko wyszukać organizację w wyszukiwarce i jasno wskazać, że to profil organizacji. Treści i teksty wrzucane na różne profile związane z projektami, powinny być spójne ze strategią marki organizacji i dopasowane do danego środka komunikacji. Przede wszystkim trzeba myśleć o osobach, które śledzą profil organizacji, rozpoczynać z nimi dyskusje na temat nowych pomysłów i projektów. W postach powinny znajdowac się angażujące uwagę grafiki i materiały wideo.

4. Określenie grupy docelowej

Organizacja musi określić grupę docelową ludzi, do których chce dotrzeć za pomocą swoich stron i profili w mediach społecznościowych. To działanie pomaga w lepszym dotarciu do osób, które mogą wspierać organizację. Płatne reklamy w mediach społecznościowych dają nam możliwość dotarcia do osób o określonych zainteresowaniach czy przebywających w danym miejscu.

źródło: inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/kampania-1-na-facebooku/ (data dostępu 28.02.2019)
inspro.org.pl/bankwiedzy/zbieraj-wiecej/#skill-676 (data dostępu 28.02.2019)
inspro.org.pl/bankwiedzy/zbieraj-wiecej/#skill-476 (data dostępu 28.02.2019)
www.marketing101.pl/marketing-w-social-media/ (data dostępu 28.02.2019)

CECHY DOBREJ GRAFIKI

Mówi się, że dzisiejsze czasy to czasy kultury obrazkowej. Nawet jeśli niektórzy uznają to za przesadę, to trudno nie zgodzić się z tym, że oprawa graficzna działań organizacji ma bardzo duży wpływ na to, jak ona będzie postrzegana przez odbiorców.

1. Bardzo ważna jest identyfikacja wizualna organizacji, która pozwala odbiorcy odróżnić organizację od innej. Składają się na nią:
   - logotyp,
   - kolorystyka,
   - grafika materiałów promocyjnych,
   - czcionka użyta w logotypie, materiałach informacyjnych,
   - wygląd produktów lub materiałów promujących usługi.

2. Popularne i skuteczne materiały promocyjne to:
   - ulotki,
   - plakaty,
   - billboardy,
   - gadżety promocyjne – długopisy, kubki, koszulki, pendrive i inne.

   Istnieje wiele rodzajów tradycyjnych materiałów promocyjnych, na których można umieścić logo organizacji. Staną się one elementami wyróżniającymi organizację i pozwolą odbiorcom lepiej ją poznać.

3. Najczęstsze zastosowania grafiki w organizacji to:
   - strona www/social media,
   - wizytówki, rollupy,
   - ulotki, plakaty,
   - gadżety,
   - papier firmowy,
   - publikacje – foldery, raporty, poradniki,
   - reklamy w Internecie, banery, prasa, telewizja.

4. Kilka zasad dotyczących przygotowywania materiałów graficznych.
   - Przy projektowaniu grafiki w programach graficznych trzeba pamiętać, że: ustawienie koloru CMYK jest stosowane do druku, a ustawienie RGB do monitorów, komórek i grafiki do Internetu.
   - Bardzo ważna jest rozdzielczość DPI, która określa jakość zdjęcia. Im większe DPI (150-300 DPI) tym lepsza jakość zdjęcia. Zdjęcia do Internetu nie muszą mieć wysokiej rozdzielczości (wystarczy 72 DPI), natomiast zdjęcia do druku muszą mieć wysoką rozdzielczość (najczęściej 300 DPI).

5. Grafika komputerowa projektu to:
   - grafika rastrowa (tworzenie prostych grafik, obróbka zdjęć i grafik) – rozszerzenia plików: jpg, png, gif, psd, tiff;
   - grafika wektorowa (robiona w programach graficznych i można zmieniać jej wielkość bez utraty jakości) – rozszerzenia plików:ai, cdr, pdf, eps, svg.

6. Wykorzystywanie zdjęć z Internetu
   - Przy wykorzystywaniu zdjęć z Internetu należy pamiętać o prawach autorskich.
   - Najlepsze są darmowe banki zdjęć (flickr), gdzie można swobodnie korzystać ze zdjęć, w sytuacji, gdy organizacja nie ma pieniędzy na zatrudnienie fotografa. Przed pobraniem zdjęcia warto sprawdzić, jakimi prawami autorskimi jest objęte i wybierać te z licencją CC-0.

źródło: inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/podstawy-grafiki-dla-twojej-organizacji/ (data dostępu 28.02.2019)

NOWELIZACJA USTAWY O SPÓŁDZIELNIACH SOCJALNYCH – NA CO ZWRÓCIĆ UWAGĘ?

Nowelizacja ustawy o spółdzielniach socjalnych weszła w życie 31 marca 2018 r.

Najważniejsze zmiany w ustawie to:

1. oparcie działalności spółdzielni socjalnej na osobistej pracy członków oraz pracowników spółdzielni;
2. społeczna i zawodowa reintegracja członków jak i pracowników spółdzielni;
3. dopuszczenie do użytku skrótu „Spn.s";
4. rozszerzenie listy osób zakładających i pracujących w spółdzielni socjalnej, o niepracujących opiekunów osób niepełnosprawnych, oraz osoby opuszczające dom dziecka lub rodzinę zastępczą;
5. założycielami spółdzielni mogą być także osoby, które nie są wymieniane w ustawie, np. osoby pracujące, a liczba tych osób nie może być większa niż:
   - 50% ogólnej liczby założycieli,
   - 70% ogólnej liczby założycieli w przypadku, gdy spółdzielnię socjalną zakładają osoby o znacznym lub umiarkowanym stopniu niepełnosprawności lub gdy spółdzielnia socjalna prowadzi działalność w zakresie:
     - usług pomocy społecznej,
     - rehabilitacji zawodowej i społecznej osób niepełnosprawnych,
     - opieki nad dziećmi do lat trzech,
     - prowadzenia niepublicznych przedszkoli lub wychowania przedszkolnego,
     - wspierania rodziny i pieczy zastępczej;
6. zmniejszenie liczby założycieli spółdzielni socjalnej – minimum trzy osoby indywidualne (spółdzielnia osób fizycznych) lub dwa podmioty prawne (spółdzielnia osób prawnych). W spółdzielni osób fizycznych w ciągu 12 miesięcy od założenia spółdzielni muszą być zatrudnione dodatkowo 2 osoby i być członkami spółdzielni;
7. osoby zatrudnione w spółdzielni socjalnej mogą stać się członkami spółdzielni szybciej niż po 12 miesiącach od zatrudnienia;
8. spółdzielnie socjalne mogą tworzyć konsorcjum spółdzielcze celem współpracy ekonomiczno-społecznej;
9. w spółdzielniach socjalnych, których założycielami są osoby prawne lub (gdy liczba członków spółdzielni jest mała), zarząd ma obowiązek przynajmniej raz w roku przeprowadzić spotkanie konsultacyjne informujące o działalności i sytuacji ekonomicznej spółdzielni oraz

przyszłości;

10. wybór przedstawiciela pracowników spółdzielni i przyznanie mu głosu doradczego. Będzie on posiadał prawo głosu doradczego podczas obrad walnego zgromadzenia członkow, jednakże nie może być on członkiem spółdzielni;
11. spółdzielnie socjalne, które powstały ze środków publicznych, są obowiązane poddać się pierwszej lustracji w terminie 6 miesięcy od dnia zatwierdzenia sprawozdania finansowego za pierwszy rok działalności, czyli po 1,5 roku działalności;
12. możliwość korzystania z Funduszu Pracy i dotacji z PFRON;
13. możliwość refundacji składek ZUS w spółdzielni osób prawnych – dotyczy pracowników spółdzielni, którzy należą do grup osob wykluczonych społecznie, ale nie są jej członkami;
14. wprowadzenie elastycznych zasad podziału nadwyżki i zysku.

źródła: inspro.org.pl/centrumklucz/dzieje-sie/uchwalono-nowelizacje-ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-zapoznaj-sie-ze-zmianami/ (data dostępu 28.02.2019)
spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/nowelizacja-ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-cz-2/ (data dostępu 28.02.2019)
spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/nowelizacja-ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-sie-zmieni-cz-1/ (data dostępu 28.02.2019)
spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/nowelizacja-ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-cz-3-dotacje/ (data dostępu 28.02.2019)

ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRAWNA CZŁONKÓW ZARZĄDU ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ

Zarząd organizacji kieruje organizacją, zawiera umowy, zarządza majątkiem, zatrudnia pracowników, odpowiada za sprawozdawczość. Za wszystkie swoje działania ponosi odpowiedzialność.

Wszyscy członkowie zarządu ponoszą taką samą odpowiedzialność, bez względu na pełnioną funkcję. Tylko w wyjątkowych sytuacjach odpowiedzialność może ciążyć na niektórych członkach władz, jeśli wyrządziłli szkodę organizacji lub popełnili przestępstwo albo wykroczenie.

W organizacji pozarządowej może istnieć organ, który kontroluje zarząd (walne zgromadzenie, rada, komisja rewizyjna).

Każdy statut określa zakres uprawnień zarządu oraz organu kontroli.

Zakres odpowiedzialności zarządu regulują m.in. ustawa o rachunkowości, kodeks cywilny, kodeks pracy czy ordynacja podatkowa. Zawsze trzeba pamiętać, że organizacje pozarządowe są osobami prawnymi, które funkcjonują według ogólnie obowiązujących aktów prawnych oraz regulacji dotyczących sfery pożytku publicznego.

W zakresie rachunkowości zarząd odpowiada za prawidłowe sporządzenie sprawozdania finansowego, właściwe prowadzenie ksiąg rachunkowych z rzetelnymi danymi. Uwaga: powierzenie innej osobie czy podmiotowi prowadzenia rachunkowości nie zwalnia zarządu z odpowiedzialności w tym zakresie.

Należy pamiętać, że zarząd reprezentuje organizację, więc w przypadku np. konieczności zwrotu dotacji będzie on dokonywany z majątku organizacji, nie członków zarządu.

Nieco inaczej będzie to wyglądać w przypadku zaległości podatkowych. Jeśli nie jest możliwe pokrycie ich z majątku organizacji, wówczas członkowie zarządu odpowiadają solidarnie – będą oni musieli wspólnie pokryć zaległość ze swoich majątków.

Odpowiedzialność członka zarządu obowiązuje od momentu powołania na podstawie uchwały. Oznacza to, że zarząd nie odpowiada za nie swoje błędy. Jeśli doszło do wymiany składu zarządu i po tym wykryto nieprawidłowości – odpowiada za nie poprzedni zarząd.

Źródło: poradnik.ngo.pl/odpowiedzialnosc-wladz/ (data dostępu 28.02.2019)

WOLONTARIAT

63% organizacji w Polsce korzysta z pracy wolontariuszy i wolontariuszek.

1. Czym jest wolontariat? Kim jest wolontariusz?

Wolontariat jest to świadome, dobrowolne i bezpłatne działanie na rzecz innych, wykraczające poza więzi koleżeńskie, przyjacielskie czy rodzinne.

Wolontariusz to osoba indywidualna, która z własnej woli i bez wynagrodzenia realizuje działania na rzecz organizacji pozarządowych, urzędów, instytucji publicznych.

Wolontariuszem może być osoba, która nie ukończyła 18 lat, pod warunkiem, że zgodę na to wyrażą jej rodzice lub prawni opiekunowie.

Wolontariuszem może być każdy – bez względu na płeć, wiek, pochodzenie czy niepełnosprawność.

2. Prawa i obowiązki wolontariusza

Warto zawrzeć porozumienie wolontariackie, które określa zakres praw i obowiązków wolontariusza w danej organizacji. Jeśli praca wolontariusza jest wykonywana dłużej niż przez 30 dni, porozumienie musi być zawarte w formie pisemnej.

Prawa wolontariusza:

- bezpieczne i higieniczne warunki pracy,
- zwrot kosztów podróży służbowych i diet (o ile wolontariusz nie zwolni z tego obowiązku organizacji),
- ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków (jeśli wolontariusz wykonuje zadania krócej niż 30 dni),
- uzyskanie rekomendacji po zakończeniu wolontariatu.

Obowiązki wolontariusza:

- wypełnianie obowiązków zawartych w umowie z organizacją,
- przestrzeganie zasad etycznych, moralnych i kultury zachowania,
- dbania o powierzone mu rzeczy przez organizację.

Wolontariuszowi mogą przysługiwać świadczenia zdrowotne (na zasadach przewidzianych w odpowiednich przepisach). Ma prawo do odszkodowania lub renty z tytułu wypadku przy wykonywaniu pracy wolontariusza.

Jeśli wolontariat jest dłuższy niż 30 dni to ubezpieczenie jest gwarantowane przez państwo.

3. Dlaczego warto być wolontariuszem?

Korzyści z wolontariatu to:

- rozwój pasji,
- zdobywanie doświadczenia zawodowego,
- efektywne spędzanie czasu wolnego,
- zdobywanie wiedzy i kontaktów z ludźmi,
- wzbogacenie swojego CV.

źródło: www.poznan.pl/mim/main/-,p,16057,21091,22919.html (data dostępu 28.02.2019)
inspro.org.pl/centrumklucz/dzieje-sie/poradnik-centrum-klucz-mocni-wolontariatem/ (data dostępu 28.02.2019)

USTAWA O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO I WOLONTARIACIE – NAJWAŻNIEJSZE ZASADY I PUNKTY

Ustawa o działalności pożytku publicznego i wolontariacie (nazywana ustawą o pożytku) obowiązuje od 2003 r. i jest najważniejszą ustawą dla sektora organizacji pozarządowych w Polsce.

Ustawa o pożytku reguluje zasady:
- prowadzenia działalności pożytku publicznego,
- współpracy organizacji pozarządowych z administracją publiczną,
- otrzymywania statusu organizacji pożytku publicznego,
- nadzoru nad prowadzeniem działalności pożytku publicznego,
- prowadzenia działalności odpłatnej i gospodarczej przez organizacje pożytku publicznego,
- działalności rad pożytku publicznego,
- wykonywania i korzystania ze świadczeń wolontariackich.

1. Ustawowa definicja organizacji pozarządowej

Organizacjami pozarządowymi są podmioty niebędące jednostkami sektora finansów publicznych i niedziałające dla zysku.

Są to głównie fundacje, stowarzyszenia, spółdzielnie socjalne i kościelne osoby prawne oraz inne osoby prawne.

Partie polityczne, związki zawodowe, organizacje pracodawców nie są organizacjami pozarządowymi i nie mogą prowadzić działalności pożytku publicznego.

2. Czym jest działalność pożytku publicznego?

Działalność pożytku publicznego jest to działalność społecznie użyteczna prowadzona w sferze zadań publicznych, którą wykonują organizacje pozarządowe.

Wśród zadań publicznych znajdują się:
- pomoc społeczna,
- działalność charytatywna,
- ochrona i promocja zdrowia,
- działania na rzecz osób niepełnosprawnych,
- upowszechnianie i ochrona praw konsumentów,
- ekologia i ochrona zwierząt,
- dbanie o tradycję narodową, polskość oraz świadomość narodową, obywatelską i kulturową,

– działania na rzecz mniejszości narodowych,
– nauka, kultura,
– przeciwdziałanie uzależnieniom,
– promocja zatrudnienia i aktywizacja zawodowa.

Katalog zadań publicznych obejmuje ponad 30 punktów i swoim zasięgiem obejmuje właściwie każdą dziedzinę życia społecznego.

3. Czym jest odpłatna działalność pożytku publicznego?

Działalność pożytku publicznego może być odpłatna lub nieodpłatna.

Odpłatna działalność pożytku publicznego to działalność ze sfery zadań publicznych, za którą organizacja pobiera opłaty. Odpłatną działalnością pożytku publicznego jest również sprzedaż towarów lub świadczenie usług w zakresie reintegracji społecznej i zawodowej osób z grup zagrożonych wykluczeniem społecznym, w tym osób z niepełnosprawnością. Działalnością odpłatną jest również sprzedaż przedmiotów darowizny.

4. Na czym polega współpraca samorządu z organizacjami pozarządowymi?

Ustawa o pożytku nakłada na samorządy obowiązek współpracy z organizacjami pozarządowymi.

Współpraca ta odbywa się m.in. poprzez
– zlecanie realizacji zadań publicznych,
– uchwalanie rocznego programu współpracy z organizacjami,
– konsultowanie z organizacjami projektów aktów prawnych,
– tworzenie zespołów doradczych mających w składzie przedstawicieli organizacji pozarządowych.

5. Rada Działalności Pożytku Publicznego

W skład Rady Działalności Pożytku Publicznego wchodzą przedstawiciele organizacji pozarządowych, samorządów i innych instytucji. Rada jest zespołem doradczym i wydaje opinie na temat ustaw rządowych, związanych z działalnością organizacji pozarządowych i wolontariatu.

źródło: przemysl.pl/download/attachment/57392/przewodnik-po-ustawie-o-dzialalnosci-pozytku-publicznego-i-o-wolontariacie.pdf (data dostępu 28.02.2019)

JAK UZYSKAĆ DOFINANSOWANIE NA MIEJSCE PRACY DLA OSOBY NIEPEŁNOSPRAWNEJ?

Pracodawca zatrudniający pracownika niepełnosprawnego może ubiegać się o dofinansowanie ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych, czyli:

1. Zwrot kosztów wyposażenia stanowiska pracy zatrudnionych osób niepełnosprawnych.

O zwrot kosztów wyposażenia stanowiska pracy może ubiegać się pracodawca, który:
- prowadzi działalność przez okres co najmniej 12 miesięcy;
- przez okres 36 miesięcy zatrudni osobę niepełnosprawną zarejestrowaną w powiatowym urzędzie pracy jako bezrobotna albo poszukująca pracy.

Maksymalna wysokość pomocy na wyposażenie jednego stanowiska wynosi piętnastokrotność przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia w poprzednim kwartale.

2. Zwrot kosztów przystosowania stanowiska pracy dla osoby niepełnosprawnej.

Pracodawca, który zatrudni osobę niepełnosprawną przez okres co najmniej 36 miesięcy, może otrzymać zwrot ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych kosztów:
- adaptacji pomieszczeń zakładu pracy do potrzeb osób niepełnosprawnych, w szczególności stanowiska pracy;
- adaptacji lub nabycia urządzeń ułatwiających osobie niepełnosprawnej wykonywanie pracy lub funkcjonowanie w zakładzie pracy;
- zakupu oprogramowania na użytek pracowników niepełnosprawnych oraz urządzeń technologii wspomagających.

Maksymalna wysokość pomocy na przystosowanie jednego stanowiska wynosi dwudziestokrotność przeciętnego wynagrodzenia za każde przystosowane stanowisko pracy osoby niepełnosprawnej.

3. Zwrot kosztów dotyczy osób niepełnosprawnych:

- bezrobotnych lub poszukujących pracy niepozostających w zatrudnieniu;
- pozostających w zatrudnieniu u pracodawcy występującego o zwrot

kosztów, z wyjątkiem przypadków, gdy przyczyną powstania niepełnosprawności w okresie zatrudnienia u tego pracodawcy było zawinione przez pracodawcę lub przez pracownika naruszenie przepisów, w tym przepisów prawa pracy.

Zwrotu kosztów dokonuje starosta na podstawie umowy cywilnoprawnej, która określa obowiązki stron ją zawierających (starosty i pracodawcy).

Informacje dotyczące ubiegania się o ww. środki można uzyskać w powiatowym urzędzie pracy.

Źródło: www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/431693/ (data dostępu 28.02.2019)

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA ORGANIZACJI – PUBLICZNE

Publiczne źródła finansowania organizacji pozarządowych to przede wszystkim dotacje ze środków samorządowych, krajowych i europejskich. Działania finansowane z dotacji/grantu muszą mieścić się w celach statutowych organizacji.

Instytucja przekazująca pieniądze (zwana grantodawcą, sponsorem lub zleceniodawcą), określa w umowie warunki przyznania dotacji/grantu, oraz cel, na jaki przekazywane są środki. Organizacje starają się najczęściej o dotacje w konkursach i muszą wydatkować pozyskane środki zgodnie z tym, co zaplanowały we wniosku o dotację.

W przypadku środków publicznych zdarza się, że organizacja musi wnieść wkład własny do projektu. Oznacza to pokrycie części kosztów projektu poprzez własne środki pieniężne, wkład osobowy (praca wolontariuszy) lub wkład rzeczowy. Samorząd może zastosować formę powierzenia realizacji zadania publicznego bez wkładu własnego.

Przykładowe źródła funduszy ze środków publicznych:

- Program Fundusz Inicjatyw Obywatelskich (FIO) – to program, którego celem jest zwiększenie zaangażowania obywateli i organizacji pozarządowych w życiu publicznym.
- Program Rozwoju Organizacji Obywatelskich (PROO) – to program ze środków rządowych, w którym organizacje będą mogły uzyskać środki na rozwój, szkolenia dla pracowników, zakup sprzętu, rozwój infrastruktury itp.
- Fundusze Europejskie – szeroka lista środków finansowych w ramach różnych programów operacyjnych.
- Program Aktywizacja Społeczna Osób Starszych (ASOS) – program finansowania działań dla osób starszych.
- Dotacje przyznawane przez urzędy miast/gmin/powiatów i urzędy wojewódzkie – środki przyznawane najczęściej w otwartych konkursach ofert na realizację zadań z wybranych sfer pożytku publicznego (kultura, krajoznawstwo i inne).
- Dofinansowanie do zatrudnienia pracownika niepełnosprawnego w organizacji ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON).

W przypadku pozyskiwania pieniędzy ze źródeł publicznych warto na bieżąco sprawdzać interesujące nas źródła (np. strony urzędu miasta czy innego samorządu). Należy pamiętać, że są to pieniądze przyznawane na konkretny cel i organizacja nie może ich wydawać w sposób dowolny.

Źródło: poradnik.ngo.pl/dotacje-ze-srodkow-publicznych/ (data dostępu 28.02.2019)

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA DZIAŁALNOŚCI ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH – PRYWATNE

Organizacja pozarządowa może finansować swoją działalność środkami pochodzącymi ze źródeł prywatnych. Źródłami środków prywatnych mogą być:

- współpraca z biznesem – sponsoring, darowizny finansowe, rzeczowe oraz usługowe, umowy barterowe (wymiana usług), przekazanie darowizny z pensji pracowników danej firmy (pay-roll), przekazanie określonego procenta zysków ze sprzedaży danego produktu na cele organizacji;
- wpłaty od osób indywidualnych pozyskane poprzez darowizny, zbiórki publiczne, loterie, aukcje, SMS-y, wpłaty na Facebooku;
- dotacje/granty od prywatnych fundacji krajowych lub zagranicznych.

Elementem zdobywania pieniędzy przez organizacje, który zyskuje na popularności w ostatnim czasie jest crowdfunding.

Czym jest crowdfunding?

Jest to finansowanie społecznościowe/finansowanie przez społeczność. Organizacja może zbierać fundusze na swoje projekty na specjalnych stronach internetowych od osób indywidualnych, którym podoba się projekt i chcą one przekazać pieniądze.

W przypadku klasycznych odmian crowdfundingu obowiązuje zasada wdzięczności – za wsparcie projektu określoną kwotą darczyńca może liczyć na określoną nagrodę (pakiet gadżetów/ usług lub finalny produkt), a jakość nagrody zależy od wysokości wpłacanych środków. Cechą charakterystyczną tej formy zbierania funduszy jest również to, że zbiórka określonej kwoty potrzebnych pieniędzy jest ograniczona w czasie. W przypadku tradycyjnych platform środki wpłacone na nieudaną zbiórkę wracają do wpłacających.

Obecnie istnieje coraz więcej platform crowdfundingowych dla organizacji pozarządowych. Pieniądze trafiają do zbierających, nawet jeśli nie ma całej potrzebnej sumy. Z tych platform korzystają głównie organizacje charytatywne, zbierające fundusze na leczenie czy operacje dzieci i osób dorosłych z konkretnymi chorobami.

Źródło: pl.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding (data dostępu 28.02.2019)
wethecrowd.pl/przewodnik-platformy-crowdfunding/ (data dostępu 28.02.2019)

PROFIL ORGANIZACJI NA INSTAGRAMIE

Instagram to serwis społecznościowy, który pozwala na publikowanie zdjęć oraz video. Jego cechą charakterystyczną jest to, że zdjęcia można edytować dzięki wbudowanym filtrom. Instagram jest jednym z najpopularniejszych portali społecznościowych, które mają wpływ na opinię publiczną.

Podobnie jak przy planowaniu całej kampanii marketingowej, przy prowadzeniu profilu organizacji na Instagramie konieczny jest cel obecności organizacji w tym medium społecznościowym.

W dzisiejszych czasach forma wizualna ma silniejszą moc oraz większy zasięg, niż komunikat słowny. Łatwiej i szybciej zwrócić na siebie uwagę, gdyż zrobienie i udostępnienie zdjęcia zajmuje chwilę, a publikacja ich zamiast tekstu przełamuje także bariery językowe. Warto zadbać o to, by przekaz na Instagramie był spójny z identyfikacją graficzną organizacji.

Instagram, jak każde inne medium społecznościowe, jest miejscem budowania marki i wizerunku organizacji. Może być jednym z kanałów komunikacji z odbiorcami – trzeba pamiętać, by dostosowywać przekaz do oczekiwań osób, które korzystają z Instagrama.

Instagram może być traktowany jako współczesny dziennik, w którym są pokazane najważniejsze momenty z życia organizacji. Instagram jest miejscem, gdzie posty należy publikować dosyć często – przynajmniej codziennie, a nawet kilka razy dziennie.

Konto organizacji może być połączone z kontem organizacji na Facebooku, w ten sposób można udostępniać zdjęcia z Instagrama na Facebooku.

Bardzo ważną częścią Instagrama jest Instagram story – Instastory – czyli zdjęcia lub filmy trwające na koncie 24 h, nie zapisywane w pamięci profilu. Instastory może służyć pokazywaniu codziennej aktywności organizacji i może urozmaicić komunikację.

źródło: www.marketing101.pl/marketing-w-social-media/ (data dostępu 28.02.2019)
urszula-phelep.com/instagram-dla-poczatkujacych-czesc-1-podstawy/ (data dostępu 28.02.2019)
jbanaszewska.com/instastory-o-co-w-nim-chodzi/ (data dostępu 28.02.2019)

PROFIL ORGANIZACJI NA FACEBOOKU

Media społecznościowe są świetnym miejscem budowania wizerunku organizacji. Ogromne znaczenie ma również możliwość szybkiej reakcji i komunikacji z odbiorcami. Coraz więcej organizacji bardzo stawia na silną relację ze społecznością w mediach społecznościowych – właśnie dlatego że to jeden z prostszych (i tanich) sposobów zbudowania grupy wiernych odbiorców, a w dalszej perspektywie – zwiększenia sprzedaży produktów, warsztatów, szkoleń lub uzyskania poparcia dla działań.

Organizacja może prowadzić na Facebooku fanpage (pisany często błędnie jako funpage), coraz częściej funkcjonujący pod pojęciem „strona na Facebooku".

Na swojej stronie organizacja powinna zamieścić dane kontaktowe, opis działań i celów. Najważniejszym jej elementem powinny być jednak dodawane na bieżąco i regularnie posty. Mogą mieć one formę zdjęć, grafik, linków udostępnianych ze strony www organizacji lub formę zwykłych tekstów. Dobór formy postu zależy od tego, co chce się przekazać w danym momencie. Prowadząc fanpage/stronę na Facebooku należy pamiętać o tym, że użytkownikom Facebooka zależy na możliwości wchodzenia w dialog z innymi użytkownikami – w tym z organizacjami. Dlatego treści postów powinny wywoływać dyskusje, a organizacja powinna być zawsze ich aktywnym uczestnikiem.

Na Facebooku organizacja może stworzyć wydarzenie. Utworzenie wydarzenia na Facebooku może zwiększyć frekwencję i umożliwić dotarcie do większej liczby osób.

Źródło: www.marketing101.pl/marketing-w-social-media (data dostępu 28.02.2019)

JAK ZORGANIZOWAĆ ZBIÓRKĘ PUBLICZNĄ?

Cechą charakterystyczną odróżniającą zbiórkę publiczną od darowizny jest to, że osoba wpłacająca i zbierająca się nie znają. W ramach zbiórki publicznej można pozyskiwać wyłącznie gotówkę lub dary rzeczowe.

Jak zgłosić zbiórkę publiczną?

Aby zorganizować zbiórkę publiczną, należy ją zgłosić na portalu www.zbiorki.gov.pl, który służy zgłaszaniu zbiórek i sprawozdawaniu ich wyników. Zbiórka może trwać w dowolnym okresie czasu, ale musi mieć jasno określony cel, wpisujący się w cele pożytku publicznego.

Organizator wysyła formularz zgłoszenia wraz z niezbędnymi załącznikami poprzez portal zbiorki.gov.pl, lub pocztą tradycyjną na adres Ministerstwa Spraw Wewnętrznych i Administracji.

Rozpatrzenie wniosku wynosi maksymalnie 3 dni robocze od zgłoszenia elektronicznego i 7 dni roboczych – dla zgłoszenia tradycyjną pocztą (jeśli zgłoszenia nie będą wymagały uzupełnienia brakujących danych). Wniosek elektroniczny wysyła się za pośrednictwem. profilu zaufanego w serwisie ePUAP, który jest bezpłatny i szybko można go założyć.

Dzięki portalowi zbiórek, każdy ma bezpośredni dostęp do informacji o tym, kto i na jaki cel zbierał pieniądze, oraz jak rozdysponował środki.

Zgłaszający zbiórkę musi także zamieścić w portalu sprawozdanie, zawierające dane o tym, ile środków udało się zebrać, oraz jak je rozdysponowano.

Źródło: poradnik.ngo.pl/zbiorki-publiczne/ (data dostępu 28.02.2019)
www.zbiorki.gov.pl/zbiorki/index (data dostępu 28.02.2019)

JAK PRZYGOTOWAĆ PROFESJONALNY BIZNESPLAN?

Biznesplan jest określeniem wywodzącym się z języka angielskiego i oznacza plan biznesu – plan nowego przedsięwzięcia, działania.

Celem biznesplanu jest opisanie w perspektywie 2 do 5 lat, jak będzie rozwijał się nasz pomysł na biznes.

Biznesplan jest narzędziem, które pomaga:

1. analizować planowany biznes,
2. przygotować plan rozwoju,
3. ocenić możliwości i ograniczenia finansowe organizacji,
4. ocenić możliwości uzyskania zewnętrznych źródeł finansowania.

Układ biznesplanu jest uzależniony od różnych elementów, takich jak wielkość organizacji, cel, oraz sposób finansowania działań opisanych w biznesplanie.

Z czego składa się biznesplan?

- opis podmiotu: doświadczenie, dotychczasowe działania, planowana data rozpoczęcia działalności, forma prawna (indywidualna działalność gospodarcza, spółka cywilna, spółka akcyjna, fundacja, stowarzyszenie itd.);
- zakres działania (handel, usługi, produkcja), charakterystyka produktów lub usług – opis, cena, planowany poziom sprzedaży;
- analiza otoczenia organizacji – potencjalni klienci, szanse i zagrożenia konkurencja;
- opis organizacji – pracowników, zarządu, mocnych i słabych stron;
- marketing i sprzedaż – formy reklamy, środki finansowe na promocję, oczekiwania klientów co do ceny, jakości i obsługi;
- harmonogram działań – przewidywane terminy realizacji projektów, usług, plany marketingowe, organizacyjne i finansowe w przyszłości;
- analiza finansowa – środki finansowe niezbędne do rozpoczęcia realizacji projektu, planowane przychody i koszty, bilans, rachunek zysków i strat.

Do biznesplanu mogą być włączane wymagane załączniki takie jak: statut, dokumenty rejestrowe przedsiębiorcy i inne.

Zasady obowiązujące w przygotowaniu biznesplanu:

- *Całość* – oznacza, że biznesplan powinien poruszać wszystkie najistotniejsze elementy, wcześniej wymienione.

– ***Długofalowość*** – zakres czasowy – od kilku lub kilkunastu miesięcy do kilku lat, zależnie od celu biznesplanu.
– ***Adekwatność*** – biznesplan powinien być dostosowany pod względem formy i treści do celu, któremu służy, a także do wymagań, oraz potrzeb jego odbiorcy.
– ***Czytelność*** – biznesplan musi być łatwy w czytaniu i konkretny.
– ***Wiarygodność danych i planowanych działań*** – jest to jedna z ważniejszych zasad tworzenia biznesplanu. Wszystkie dane i informacje powinny być prawdziwe i poparte odpowiednimi dowodami, faktycznymi analizami.
– ***Wariantowość*** – zalecane jest umieszczanie w biznesplanie kilku sposobów realizacji określonych w nim celów.
– ***Elastyczność*** – biznesplan powinien zostać przygotowany w taki sposób, aby możliwe było wprowadzania do niego korekt w trakcie realizacji przedsięwzięcia.

Po co pisać biznesplan?

Biznesplany tworzy się w różnych celach. Podmiot będzie go musiał przedstawić instytucji, która daje pieniądze, jesli stara się o kredyt lub pożyczkę. Na podstawie biznesplanów, dotacje na utworzenie miejsc pracy przyznają Ośrodki Wsparcia Ekonomii Społecznej lub Urzędy Pracy.

Dla wszystkich tych podmiotów informacje zawarte w biznesplanie są niezmiernie ważne, gdyż stanowią główne źródło wiedzy o organizacji.

Źródło: poradnikprzedsiebiorcy.pl/-vademecum-poczatkujacego-przedsiebiorcy-czyli-jak-napisac-dobry-biznesplan/ (data dostępu 28.02.2019)

OŚRODEK WSPARCIA EKONOMII SPOŁECZNEJ – CO TO JEST I JAK DZIAŁA?

W całej Polsce działają podmioty oraz partnerstwa będące ośrodkami wsparcia ekonomii społecznej (OWES). Pomagają one tworzyć i rozwijać podmioty ekonomii społecznej.

Aby organizacja mogła prowadzić ośrodek wsparcia ekonomii społecznej, musi posiadać certyfikat wysokiej jakości. Jest to akredytacja Ministerstwa Pracy, Rodziny i Polityki Społecznej, która potwierdza jakość oraz skuteczność działań OWES.

Zgodnie z zapisami Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej oraz regionalnych planów rozwoju, OWES pełnią kluczową rolę w rozwoju ekonomii społecznej.

Zasady działania regulują „Standardy usług i działania OWES".

OWES wspierają istniejące podmioty ekonomii społecznej (szkolenia i doradztwa), inicjują powstawanie nowych organizacji, oraz przyznają środki finansowe na tworzenie miejsc pracy.

Wśród sposobów działania ośrodków można wymienić animację lokalną. Jest to zbiór działań zmierzających do zwiększania aktywności osób, grup i instytucji w przestrzeni publicznej oraz aktywizowania społeczności lokalnej.

Pracownikami OWES są m.in. animatorzy, doradcy biznesowi, doradcy kluczowi, doradcy przedsiębiorstw społecznych.

Doradztwa biznesowe i kluczowe mają na celu wsparcie organizacji pozarządowych i przedsiębiorstw społecznych w ich rozwoju i tworzeniu miejsc pracy dla osób, którym najtrudniej jest znaleźć pracę na otwartym rynku (osób niepełnosprawnych, osób uzależnionych, byłych więźniów, bezdomnych, ubogich, bezrobotnych).

OWES współpracują z regionalnymi ośrodkami polityki społecznej w danym województwie, realizując wspólnie działania w celu wsparcia przedsiębiorczości społecznej w regionie.

OWES prowadzą również działania na rzecz wsparcia ekonomii społecznej poprzez współpracę z gminami, powiatami, miastami w regionie, firmami i innymi podmiotami.

Źródło: definicja aut.Agnieszka Kołodziejczak, na podstawie dokumentu „Standardy usług i działania OWES"

SPRAWOZDANIE FINANSOWE I MERYTORYCZNE – TERMINY I OBOWIĄZKI ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Każda organizacja pozarządowa ma obowiązek przygotowania, zatwierdzenia i przesłania do urzędu skarbowego sprawozdania finansowego.

W skład sprawozdania finansowego wchodzą:

- bilans,
- rachunek wyników lub rachunek zysków i strat,
- informacja dodatkowa.

Rok obrotowy z reguły jest rokiem kalendarzowym dla organizacji. Ostateczny termin przygotowania sprawozdania mija 31 marca. Zarząd zatwierdzający w podmiocie sprawozdanie, ma na to czas do 30 czerwca.

W terminie 10 dni od dnia zatwierdzenia rocznego sprawozdania finansowego musi ono trafić do Urzędu Skarbowego – najpóźniej do 10 lipca.

Organizacje, które prowadzą działalność gospodarczą, muszą złożyć elektronicznie sprawozdanie finansowe do Krajowego Rejestru Sądowego w ciągu 15 dni od daty zatwierdzenia sprawozdania, czyli najpóźniej 15 lipca.

Do sprawozdania dołącza się uchwałę np. zarządu zatwierdzającą sprawozdanie oraz ewentualnie uchwałę o podziale nadwyżki przychodów nad kosztami i przeznaczeniu jej na cele statutowe.

Jeśli organizacja nie złożyła sprawozdania, może być ukarana mandatem.

Sprawozdanie z działalności – obowiązek fundacji

Każda fundacja ma obowiązek złożyć sprawozdanie merytoryczne ze swojej działalności – w danym roku obrotowym (kalendarzowym) do ministra sprawującego nad nią nadzór. Składa się je najpóźniej do końca następnego roku. Nie ma wzoru sprawozdania, ale według rozporządzenia ministra sprawiedliwości musi ono zawierać m.in.: dane organizacji, główne działania, spis podjętych przez zarząd uchwał, informację o przychodach i kosztach, dane o zatrudnieniu.

Stowarzyszenie, jeśli nie posiada statusu OPP, nie sporządza sprawozdania merytorycznego.

Sprawozdanie merytoryczne – obowiązek OPP

Organizacje mające status OPP mają obowiązek sporządzenia i zamieszczenia w ministerialnej bazie sprawozdań sprawozdania finansowego

i merytorycznego najpóźniej do 15 lipca. Te organizacje nie muszą składać sprawozdania merytorycznego do właściwego ministra. Nieumieszczenie w bazie sprawozdania grozi m.in. wykreśleniem z listy podmiotów uprawnionych do otrzymywania 1% podatku dochodowego.

Sprawozdania z realizacji zadań publicznych

Daty i terminy są ustalane na podstawie umów o dotację i harmonogramu działań oraz płatności. Zazwyczaj organizacja ma 30 dni od zakończenia realizacji projektu na złożenie takiego sprawozdania.

Podatki i składki ZUS

- Terminy, zasady podatkowe i składkowe zależą od liczby pracowników (w tym osób z niepełnosprawnościami) oraz rodzaju działań organizacji.
- Wszystkie organizacje rozliczają podatek dochodowy od osób prawnych za dany rok do 31 marca następnego roku (formularz CIT-8), nawet jeśli nie miała przychodów i jest zwolniona z płacenia podatku.
- Organizacje wykazują darowizny określonej wartości na formularzu CIT-D do 31 marca. Obowiązek sporządzania tej deklaracji pojawia się, gdy wartość jednorazowej darowizny przekracza 15 000 zł lub wartość wszystkich darowizn otrzymanych w danym roku od jednego darczyńcy przekracza 35 000 zł. Organizacje, których dochód za dany rok nie przekracza 20 000 zł, są zwolnione z w/w deklaracji.
- Każda organizacja pozarządowa, która zatrudnia osoby na umowy o dzieło, na zlecenie lub umowy o pracę, do 31 stycznia rozlicza wszystkie zaliczki pracodawcy (PIT-4R).
- Do końca lutego organizacja musi wysłać pracownikom informację o dochodach i podatku dochodowym od osób fizycznych (PIT-11).
- Zaliczki na podatek dochodowy są przekazywane do Urzędu Skarbowego do 20 każdego miesiąca (za poprzedni miesiąc).
- Deklaracje ZUS (ubezpieczenie społeczne, zdrowotne i Fundusz Pracy) za każdy miesiąc są przesyłane do 15 następnego miesiąca (za poprzedni miesiąc) za pomocą programu księgowego Płatnik.
- W ciągu 7 dni od momentu zatrudnienia na umowę o pracę lub zlecenie należy zgłosić pracownika do ZUS. Osobę zatrudnioną na stałe (czyli w sposób ciągły, bez przerw) zgłasza się tylko raz.
- Organizacja odprowadzająca VAT rozlicza się do 25 następnego miesiąca (za poprzedni miesiąc).
- Organizacja pozarządowa, która posiada budynek/lokal lub wynajmuje budynek/lokal od gminy (urzędu) składa do 31 stycznia odpowiednią deklarację do urzędu gminy oraz opłaca podatek. Organizacje

pożytku publicznego składają deklarację zerową, jeśli wynajmują lokal na działalność statutową.

Źródło: Teresa Zagrodzka, Tomasz Bruski, „Finanse organizacji pozarządowej. Co każdy zarząd powinien o nich wiedzieć", seria ABC III SEKTOR, Stowarzyszenie Klon/Jawor, 2017

SKŁADANIE WNIOSKU O DOTACJE – NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

Napisanie wniosku o dofinansowanie jest bardzo ważne. Ale bardzo ważne jest także prawidłowe złożenie wniosku oraz znajomość procedur związanych z jego oceną i z tym, co dzieje się po skierowaniu wniosku do dofinansowania.

1. Złożenie wniosku

Organizacja składa wypełniony wniosek o dofinansowanie/ofertę realizacji zadania publicznego wraz z wymaganymi załącznikami w sposób określony w dokumentacji konkursowej. Wnioski mogą być składane: wyłącznie w formie papierowej, wyłącznie przez elektroniczny generator wniosków (przez Internet) lub w sposób łączący te dwie formy. Wniosek zostaje złożony w odpowiedzi na nabór wniosków ogłoszony przez odpowiednią instytucję organizującą konkurs, we właściwym terminie ogłoszenia naboru.

Ocena projektu składa się co do zasady z dwóch etapów – oceny formalnej i oceny merytorycznej.

2. Formalna ocena projektu

Ocena formalna, polega na sprawdzeniu, czy wniosek spełnia kryteria formalne, które zostały określone dla danego konkursu.

Najczęstsze błędy formalne:

- podpisanie wniosku przez osoby nieuprawnione (tzn. niezgodnie z reprezentacją organizacji w KRS),
- brak potwierdzenia za zgodność z oryginałem kopii załączników przedkładanych wraz z wnioskiem o dofinansowanie,
- brak wymaganych załączników do wniosku,
- nieuzupełnienie wszystkich wymaganych pól w dokumentacji,
- inne dane organizacji lub firmy niż w dokumentach rejestrowych,
- złożenie oferty na nieprawidłowym wzorze.

Instytucja organizująca konkurs określa w dokumentacji, czy istnieje możliwość odwołania się od oceny formalnej i uzupełnienia braków formalnych oraz wskazuje termin, w jakim istnieje możliwość uzupełnienia braków.

3. Ocena merytoryczna projektu

Po pozytywnym przejściu oceny formalnej wniosek zostaje przekazany do oceny merytorycznej, w której najczęściej występują dwa rodzaje kryteriów, tzw. kryteria dostępu i kryteria punktowe. Kryteria punktowe decydują o tym, ile punktów uzyska wniosek i o kolejności na liście rankingowej. Kryteria dostępu oceniane są w pierwszej kolejności i decydują o dalszej ocenie wniosku (najczęściej organizacja może złożyć 1 lub 2 wnioski maksymalnie w 1 konkursie).

Ocena merytoryczna służy ocenie zawartości wniosku – tego, co organizacja wpisała w formularz wniosku.

Najczęstsze błędy merytoryczne:

- niezgodność z założeniami konkursu o dotację,
- błędy rachunkowe (w tym źle wyliczona wartość dofinansowania, nieprawidłowo policzone koszty w harmonogramie rzeczowo-finansowym),
- błędnie podzielone koszty związane z projektem (niezgodnie ze spisem kosztów obowiązujących w regulaminie danego konkursu),
- niewystarczające uzasadnienie konieczności poniesienia wskazanych w projekcie wydatków.

4. Decyzja o dofinansowaniu

Po dokonanej ocenie merytorycznej tworzone są listy rankingowe, które ogłasza instytucja organizująca konkurs. Co do zasady wnioski, które uzyskały najwyższą liczbę punktów uzyskują dofinansowanie.

Na tym etapie mogą wystąpić negocjacje w zakresie zmian we wniosku lub wprowadzenia zmian wskazanych przez grantodawcę (usunięcie/ zmiana pozycji w budżecie, zmiana sposobu wyliczania wskazanego kosztu).

5. Podpisanie umowy o dofinansowanie

Z organizacją, której wniosek został wybrany do dofinansowania, instytucja organizująca konkurs zawiera umowę o dofinansowanie. W dokumencie tym są szczegółowo określone warunki przyznania dofinansowania, w tym prawa i obowiązki realizatora projektu, szczegóły rozliczania projektu, budżet, harmonogram realizacji poszczególnych zadań.

Wykaz dokumentów niezbędnych do podpisania umowy może się różnić, w zależności od tego, z jaką instytucją podpisywana jest umowa.

Umowa o dofinansowanie zawiera warunki przyznania dotacji, harmonogram realizacji projektu oraz budżet. Umowa zawiera także warunki i sposób w jaki należy dokonać sprawozdania z realizacji projektu. Wniosek o dofinansowanie jest załącznikiem do umowy.

6. Realizacja projektu

Ostatnim etapem jest terminowa realizacja zadań określonych we wniosku, realizacja założonych wskaźników oraz wydatkowania środków/ponoszenia kosztów zgodnie z zaplanowanym budżetem. Sprawozdawczość umożliwia weryfikację założeń określonych we wniosku i umowie o dofinansowanie z faktycznym stanem realizacji projektu.

Realizacja projektu podlega kontroli na miejscu realizacji projektu, lub w siedzibie organizacji.

Źródło: www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/skorzystaj/ (data dostępu 28.02.2019)
www.roedl.net/pl/pl/uslugi/doradztwo_w_zakresie_pomocy_publicznej/podstawowe_informacje_o_dotacjach_w_polsce.html (data dostępu 28.02.2019)
poradnikprzedsiebiorcy.pl/-wniosek-o-dotacje-najczesciej-popelniane-bledy/ (data dostępu 28.02.2019)

FUNDUSZE UNIJNE – NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE

Unia Europejska wydaje pieniądze za pośrednictwem funduszy i programów. Są to:

- *Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego* – zmniejszanie różnic w poziomie rozwoju regionów w UE i wzmacnianie UE jako całości.
- *Europejski Fundusz Społeczny* – walka z bezrobociem w krajach członkowskich.
- *Fundusz Spójności* – zmniejszenie różnic gospodarczych i społecznych oraz promowanie rozwoju regionów poprzez duże inwestycje w transport i ochronę środowiska.
- *Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich* – wspieranie rolnictwa oraz wspomaganie rozwoju obszarów wiejskich.
- *Europejski Fundusz Morski i Rybacki* – wspieranie zmian w rybołówstwie państw członkowskich.

Zasady działania funduszy UE

Zasady działania funduszy wynikają z zasad rządzących polityką regionalną UE:

- *Zasada partnerstwa* – współpraca z partnerami gospodarczymi, społecznymi, samorządem (miasto, gmina, powiat), rządem.
- *Zasada współfinansowania lub uzupełniania* – fundusze UE jako uzupełnienie środków finansowych państw UE, a nie ich zastępstwo.
- *Zasada subsydiarności* – decyzje podejmowane przez władze samorządowe, krajowe w wyjątkowych sytuacjach.
- *Zasada decentralizacji* – umocnienie roli samorządów regionalnych i lokalnych w realizacji i wykorzystaniu funduszy UE.
- *Zasada koncentracji* – wspieranie ze środków unijnych działań, które mają największe znaczenie dla rozwoju UE.
- *Zasada programowania* – wypracowywanie wieloletnich programów rozwoju.
- *Wymiar terytorialny polityki regionalnej* – wspieranie rozwoju regionów określonych nie tylko administracyjnie, ale powiązanych funkcjonalnie.

Na co wydawane są fundusze?

- *Zrównoważony rozwój* – promocja racjonalnego i oszczędnego korzystania z zasobów naturalnych, ochrony środowiska oraz upowszechnienie technologii przyjaznych środowisku.
- *Równość szans* – równe traktowanie kobiet i mężczyzn, brak

dyskryminacji ze względu na wiek, poglądy, pochodzenie, religię lub niepełnosprawność.
– *Społeczeństwo informacyjne* – upowszechnianie nowoczesnych technologii internetowych w życiu codziennym mieszkańców, organizacji, firm i administracji publicznej.

Obecnie UE również wspiera inne programy:

– *Program Horyzont 2020* – współpraca międzynarodowa, innowacje i prace badawcze.
– *Program COSME* – dostęp do rynków na terenie UE i poza nią dla małych i średnich firm.
– *Program „Łącząc Europę"* – infrastruktura w zakresie budowy dróg, linii kolejowych, sieci energetycznych, a także rozwoju technologii informacyjno-komunikacyjnych.
– *Program Erasmus+* – pobyt młodych ludzi na stażach za granicą.
– *Program Kreatywna Europa* – europejska kultura, kino, telewizja, muzyka, literatura, teatr, dziedzictwo kulturowe i inne powiązane dziedziny.

Źródło: www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady-dzialania-funduszy/czym-sa-fundusze-europejskie/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK ZAŁOŻYĆ WARSZTATY TERAPII ZAJĘCIOWEJ (WTZ)?

Warsztaty terapii zajęciowej mogą być tworzone przez fundacje, stowarzyszenia lub przez inne podmioty takie jak gminy, powiaty czy zakłady pracy chronionej, posiadające osobowość prawną.

Krok 1. Złożenie wniosku do Powiatowego Centrum Pomocy Rodzinie

Organizacja, która chce stworzyć warsztaty terapii zajęciowej, składa wniosek do Powiatowego Centrum Pomocy Rodzinie (PCPR) w miejscowości, gdzie otwiera warsztaty. Organizacja wnioskuje o dofinansowanie kosztów utworzenia i działalności warsztatów ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON).

Niezbędne załączniki:

- projekt utworzenia warsztatów wraz ze statutem organizacji tworzącej warsztat,
- wskazanie przynajmniej 20 kandydatów na uczestników warsztatów z określeniem stopni i rodzajów niepełnosprawności,
- plan działalności warsztatów i metody pracy z uczestnikami w zakresie rehabilitacji społecznej i zawodowej,
- zobowiązanie do opracowania indywidualnych programów rehabilitacji uczestników,
- propozycje dotyczące stanowisk pracy w warsztatach z wyszczególnieniem ich liczby i wymaganych kwalifikacji pracowników,
- plan kosztów utworzenia i plan rocznych kosztów działalności warsztatów.

Trzeba pamiętać, że uczestnikami takich warsztatów mogą być jedynie osoby niepełnosprawne.

Krok 2. Ocena wniosku

Wniosek formalnie i merytorycznie oceniają przez członkowie zespołu, który tworzy starosta w Powiatowym Centrum Pomocy Rodzinie.

Krok 3. Zawarcie umowy

Powiat zawiera z organizacją umowę, która określa warunki i wysokość dofinansowania ze środków PFRON na utworzenie warsztatów i ich funkcjonowanie.

Krok 4. Uzyskanie finansowania

Koszty utworzenia i działalności warsztatów mogą być współfinansowane ze środków PFRON oraz ze środków samorządu, funduszy unijnych i innych źródeł.

Maksymalne dofinansowanie ze środków PFRON na utworzenie warsztatów terapii zajęciowej wynosi 70%, natomiast na koszty działalności przeznaczane jest maksymalnie 90% kosztów.

Krok 5. Uczestnicy i działania

Osoby posiadające orzeczenia o stopniu niepełnosprawności umiarkowanym lub znacznym, ze wskazaniem do terapii zajęciowej, mogą składać wnioski o uczestnictwo w warsztatach w celu zdobycia samodzielności, umiejętności potrzebnych potem w przyszłej pracy.

Istnieje wiele form i technik terapii zajęciowej, dzięki którym uczestnicy uczą się życia codziennego, zaradności osobistej. Jest wiele pracowni zawodowych, na przykład, komputerowa, stolarska, plastyczna, gastronomiczna, rękodzieła.

Dla każdego uczestnika warsztatów opracowywany jest indywidualny program rehabilitacji, który zawiera informacje dotyczące uczestnika, planowanych działań terapeutycznych i spodziewanych efektów.

Rada programowa warsztatów dokonuje okresowej oraz kompleksowej oceny realizacji programu rehabilitacji i osiągniętych postępów uczestnika, uzasadniających:

- podjęcie zatrudnienia i kontynuowanie rehabilitacji zawodowej w warunkach pracy chronionej lub na przystosowanym stanowisku pracy;
- potrzebę skierowania osoby niepełnosprawnej do ośrodka wsparcia, ze względu na brak postępów w rehabilitacji i niemożność podjęcia zatrudnienia;
- przedłużenie terapii: dla osób mających szansę w okresie dłuższej rehabilitacji na postępy, które umożliwią podjęcie zatrudnienia w warunkach pracy chronionej lub na rynku pracy;
- przedłużenie pobytu w warsztacie z powodu okresowego braku możliwości podjęcia zatrudnienia (brak miejsc pracy).

Podstawa prawna:

ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz. U. z 2008 r., Nr 14, poz. 92, z późn. zm.);

Rozporządzenie Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 25 marca 2004 r. w sprawie warsztatów terapii zajęciowej (Dz. U. Nr 63, poz. 587).

Więcej informacji o wtz można znaleźć w raporcie: Raport z badania sytuacji warsztatów terapii zajęciowej - 2014

Baza adresowa Warsztatów Terapii Zajęciowej: https://www.pfron.org.pl/instytucje/placowki/wtz-dok-do-pobrania-opis-lista/

Źródło: www.pfron.org.pl/instytucje/placowki/wtz-kto-moze-zalozyc/ (data dostępu 28.02.2019)

JAK ZAŁOŻYĆ ZAKŁAD AKTYWNOŚCI ZAWODOWEJ (ZAZ)?

Zakład Aktywności Zawodowej (ZAZ) jest oddzielną organizacyjnie i finansowo jednostką tworzoną w celu zatrudnienia osób niepełnosprawnych ze znacznym stopniem niepełnosprawności i osób z umiarkowanym stopniem niepełnosprawności, u których stwierdzono autyzm, upośledzenie umysłowe lub chorobę psychiczną.

1. Kto może utworzyć ZAZ?

- Powiat,
- gmina,
- organizacja pozarządowa, której celem jest rehabilitacja zawodowa i społeczna osób niepełnosprawnych.

Podmiot ubiegający się o nadanie statusu ZAZ nie może prowadzić działalności z obszaru produkcji paliwa, tytoniu, alkoholi i metali szlachetnych.

2. Tworzenie ZAZ – od czego zacząć?

Aby utworzyć ZAZ, należy złożyć do jednostki organizacyjnej samorządu województwa wniosek o dofinansowanie utworzenia ZAZ ze środków PFRON (Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych) – szczegóły wniosku określa rozporządzenie w sprawie zakładów aktywności zawodowej.

Potem wniosek trafia do starosty, który opiniuje, czy istnieje potrzeba utworzenia ZAZ w danym powiecie. W przypadku pozytywnej opinii wniosek jest rozpatrywany przez jednostkę samorządu województwa. Organizator ZAZ może zostać wezwany do negocjacji dotyczących niektórych warunków dofinansowania. Po podpisaniu umowy o dofinansowanie, organizator przystępuje do działań prowadzących do utworzenia ZAZ.

Kluczowym działaniem jest otrzymanie od Państwowej Inspekcji Pracy pozytywnej opinii o prawidłowym przystosowaniu siedziby ZAZu do potrzeb pracowników z niepełnosprawnością.

Po otrzymaniu tej opinii organizator wnioskuje do wojewody o nadanie statusu ZAZ. Gdy podmiot otrzyma status ZAZ może otrzymać dalsze środki z PFRON, służące pokryciu bieżącego funkcjonowania.

Proces rejestracji ZAZ może trwać od 1 roku do 2 lat.

3. Zatrudnienie w ZAZ

W ZAZ osoby niepełnosprawne muszą stanowić co najmniej 70% osób zatrudnionych. Mogą być to osoby::

- ze znacznym stopniem niepełnosprawności,
- z umiarkowanym stopniem niepełnosprawności (autyzm, upośledzenie umysłowe lub choroby psychiczne). Liczba pracowników z umiarkowanym stopniem niepełnosprawności nie może być wyższy niż 35% ogółu zatrudnionych.

Pracownicy zatrudniani są na podstawie umowy o pracę, a czas pracy pracowników niepełnosprawnych wynosi od 0,55 do 0,8 etatu. Poza czasem pracy realizowane są zajęcia rehabilitacyjne trwające od 1 do 2 godzin dziennie.

4. Jakie koszty ponosi się w związku z tworzeniem i prowadzeniem ZAZ?

Wśród najważniejszych kosztów można wymienić:

1. przygotowanie dokumentacji koniecznej do uzyskania statusu ZAZ;
2. przygotowanie pomieszczeń i dostosowanie stanowisk pracy do potrzeb osób niepełnosprawnych;
3. wynagrodzenia pracowników ZAZ (obowiązek zatrudniania na umowę o pracę);
4. koszt wynagrodzeń kadry ZAZ, w tym m.in.: kierownika, księgowej, instruktorów, psychologa, lekarza, pielęgniarki, rehabilitanta, pośrednika pracy.

5. Skąd pozyskać finansowanie na stworzenie ZAZ?

Głównym źródłem finansowania utworzenia i funkcjonowania Zakładów Aktywności Zawodowej jest PFRON. W przypadku tworzenia podmiotu można starać się o maksymalnie 65% dofinansowania oraz do 90% dofinansowania kosztów działalności.

Środki na tworzenie i działalność podmiotów reintegracyjnych można pozyskać również z Funduszy Europejskich, np. w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego – tutaj można starać się o dofinansowanie w maksymalnej wysokości 95%.

ZAZ może prowadzić działalność zarobkową, a pozyskane w ten sposób środki (np. ze sprzedaży produktów) są przekazywane na zakładowy fundusz aktywności.

6. Jakie są obowiązki związane z prowadzeniem ZAZ?

1. Zapewnienie rehabilitacji zawodowej i społecznej dla pracowników ZAZ.
2. Utworzenie zakładowego funduszu aktywności. Przeznaczany jest na zaspokajanie potrzeb osób niepełnosprawnych na zakup sprzętu i wyposażenia pomagającego osobie niepełnosprawnej w samodzielnym życiu i uczestnictwie w życiu społecznym w lokalnym środowisku, a także na dokształcanie, przekwalifikowanie i szkolenia.
3. Prowadzenie odrębnej i pełnej ewidencji księgowej dla działalności ZAZ.
4. Wypełnianie obowiązków sprawozdawczych zgodnie z rozporządzeniem w sprawie ZAZ.

źródło: aut. A.Kołodziejczak, materiały własne

NETOGRAFIA – INTERNETOWE ŹRÓDŁA ZAGADNIEŃ

1. poradnik.ngo.pl/jak-zalozyc-fundacje-krok-po-kroku/ – (data dostępu 28.02.2019)
2. www.biura-rachunkowe.waw.pl/artykul/jak-zalozyc-fundacje-8/ – (data dostępu 28.02.2019)
3. poradnik.ngo.pl/jak-zalozyc-stowarzyszenie-krok-po-kroku/ – (data dostępu 28.02.2019)
4. poradnik.ngo.pl/stowarzyszenie-zwykle/ – (data dostępu 28.02.2019)
5. wupkielce.praca.gov.pl/zalozenie-spoldzielni-socjalnej-krok-po-kroku/ – (data dostępu 28.02.2019)
6. spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/jak-zalozyc-spoldzielnie-socjalna-prezentacja/ – (data dostępu 28.02.2019)
7. www.es.rcpslodz.pl/index.php/9-news/268-jak-uzyskac-status-przedsiebiorstwa-spolecznego/ – (data dostępu 28.02.2019)
8. poradnik.ngo.pl/kto-i-na-jakich-warunkach-moze-otrzymac-status-opp/ – (data dostępu 28.02.2019)
9. poradnik.ngo.pl/jak-zarejestrowac-status-opp-krok-po-kroku/ – (data dostępu 28.02.2019)
10. inspro.org.pl/centrumklucz/dzieje-sie/organizacjo-przygotuj-sie-na-rodo/ – (data dostępu 28.02.2019)
11. inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/jak-zaplanowac-kampanie-1-procent/ – (data dostępu 28.02.2019)
12. inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/jak-przygotowac-oferte-wspolpracy-ngo-z-biznesem/ – (data dostępu 28.02.2019)
13. 6krokow.pl/jak-stworzyc-dobry-model-biznesowy-korzystajac-z-modelu-biznesowego-canvas/ – (data dostępu 28.02.2019)
14. inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/manual-fundraising-na-skroty/ – (data dostępu 28.02.2019)
15. inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/abc-fundraisingu-czyli-jak-zaczac-i-kontynuowac/ – (data dostępu 28.02.2019)
16. https://poradnik.ngo.pl/zbiorki-publiczne/ – (data dostępu 28.02.2019)

17. www.przepisnabiznes.pl/dzialalnosc-gospodarcza/pisanie-wnioski-dotacja-ue.html – (data dostępu 28.02.2019)
18. inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/kampania-1-na-facebooku/ – (data dostępu 28.02.2018)
19. inspro.org.pl/bankwiedzy/zbieraj-wiecej/#skill-676 – (data dostępu 28.02.2019)
20. inspro.org.pl/bankwiedzy/zbieraj-wiecej/#skill-476 – (data dostępu 28.02.2019)
21. www.marketing101.pl/marketing-w-social-media/ – (data dostępu 28.02.2019)
22. inspro.org.pl/bankwiedzy/poradnik/podstawy-grafiki-dla-twojej--organizacji/ – (data dostępu 28.02.2019)
23. inspro.org.pl/centrumklucz/dzieje-sie/uchwalono-nowelizacje--ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-zapoznaj-sie-ze-zmianami/ – (data dostępu 28.02.2019)
24. spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/nowelizacja-ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-cz-2/ – (data dostępu 28.02.2019)
25. spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/nowelizacja-ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-sie-zmieni-cz-1/ – (data dostępu 28.02.2019)
26. spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/nowelizacja-ustawy-o-spoldzielniach-socjalnych-cz-3-dotacje/ – (data dostępu 28.02.2019)
27. poradnik.ngo.pl/odpowiedzialnosc-wladz/ – (data dostępu 28.02.2019)
28. www.poznan.pl/mim/main/-,p,16057,21091,22919.html – (data dostępu 28.02.2019)
29. inspro.org.pl/centrumklucz/dzieje-sie/poradnik-centrum-klucz--mocni-wolontariatem/ – (data dostępu 28.02.2019)
30. przemysl.pl/download/attachment/57392/przewodnik-po-ustawie-o-dzialalnosci-pozytku-publicznego-i-o-wolontariacie.pdf – (data dostępu 28.02.2019)
31. 19.http://www.niepelnosprawni.pl/ledge/x/431693 – (data dostępu 28.02.2019)
32. poradnik.ngo.pl/dotacje-ze-srodkow-publicznych/ – (data dostępu 28.02.2019)
33. pl.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding – (data dostępu 28.02.2019)
34. wethecrowd.pl/przewodnik-platformy-crowdfunding/ – (data dostępu 28.02.2019)
35. www.marketing101.pl/marketing-w-social-media/ – (data dostępu 28.02.2019)
36. urszula-phelep.com/instagram-dla-poczatkujacych-czesc-1-podstawy/ – (data dostępu 28.02.2019)
37. jbanaszewska.com/instastory-o-co-w-nim-chodzi/ – (data dostę-

pu 28.02.2019)
38. www.marketing101.pl/marketing-w-social-media/ – (data dostępu 28.02.2019)
39. poradnik.ngo.pl/zbiorki-publiczne/ – (data dostępu 28.02.2019)
40. www.zbiorki.gov.pl/zbiorki/index – (data dostępu 28.02.2019)
41. poradnikprzedsiebiorcy.pl/-vademecum-poczatkujacego-przedsiebiorcy-czyli-jak-napisac-dobry-biznesplan/ – (data dostępu 28.02.2019)
42. definicja aut. Agnieszka Kołodziejczak, na podstawie dokumentu "Standardy usług i działania OWES"
43. Teresa Zagrodzka, Tomasz Bruski, „Finanse organizacji pozarządowej. Co każdy zarząd powinien o nich wiedzieć", seria ABC III SEKTOR, Stowarzyszenie Klon/Jawor, 2017
44. www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/skorzystaj/ – (data dostępu 28.02.2019)
45. www.roedl.net/pl/pl/uslugi/doradztwo_w_zakresie_pomocy_publicznej/podstawowe_informacje_o_dotacjach_w_polsce.html – (data dostępu 28.02.2019)
46. poradnikprzedsiebiorcy.pl/-wniosek-o-dotacje-najczesciej-popelniane-bledy/ – (data dostępu 28.02.2019)
47. www.funduszeeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/zasady-dzialania-funduszy/czym-sa-fundusze-europejskie/ – (data dostępu 28.02.2019)
48. www.pfron.org.pl/instytucje/placowki/wtz-kto-moze-zalozyc/ – (data dostępu 28.02.2019)
49. aut. A. Kołodziejczak, materiały własne
50. www.pfron.org.pl/instytucje/placowki/zaz-kto-moze-zalozyc/ – (data dostępu 28.02.2019)

NAJWAŻNIEJSZE ŹRÓDŁA WIEDZY O EKONOMII SPOŁECZNEJ I SEKTORZE NGO

Najważniejsze źródła wiedzy o ekonomii społecznej i sektorze NGO:

- www.ngo.pl
- www.poradnik.ngo.pl
- www.ekonomiaspoleczna.pl
- konkursy-dla ngo.blogspot.com
- www.facebook.com/konkursyNGO/
- www.ebib.pl/?page_id=905
- aktywny.blog/2015/06/01/dotacje-od-fundacji-korporacyjnych/
- aktywny.blog/
- niepelnosprawni.gov.pl/
- www.niw.gov.pl/
- efs.mrpips.gov.pl/
- www.bankwiedzy.org
- www.eurodesk.pl/
- spoldzielniasocjalnawpraktyce.pl/
- spis.ngo.pl/
- fundusze.ngo.pl/aktualne
- spolecznik20.pl/
- sektor3-0.pl/
- www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/
- inspro.org.pl/centrumklucz/ w tym: https://inspro.org.pl/centrumklucz/polecamy/

Literatura w pdf:

- www.ekonomiaspoleczna.pl/x/610047 – (data dostępu 28.02.2019)
- www.ekonomiaspoleczna.pl/x/609046 – (data dostępu 28.02.2019)

Ekonomia społeczna i sektor NGO a prawo:

- www.ekonomiaspoleczna.pl/x/546740 – (data dostępu 28.02.2019)
- www.ekonomiaspoleczna.gov.pl/Krajowy,Program,Rozwoju,Ekonomii,Spolecznej,3495.html – (data dostępu 28.02.2019)

a. sektor NGO:

- Ustawa z 7 kwietnia 1989 Prawo o stowarzyszeniach, Dz. U. 2001 nr 79, poz. 855, z późn. zmianami
- Ustawa z 6 kwietnia 1984 o fundacjach, Dz.U. 1984 Nr 21 poz. 97, z późn. zmianami
- Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, Dz.U.03.96.873, z późn. zmianami

b. Spółdzielczość:

- Ustawa z dnia 16 września 1982 r. Prawo spółdzielcze, Dz.U. 1982 Nr 30 poz. 210, z późn. zmianami.
- Ustawa z dnia 27 kwietnia 2006 r. o spółdzielniach socjalnych, Dz.U. 2006.94.651, z późn. zmianami.
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 23 kwietnia 2012 r. w sprawie przyznawania środków na podjęcie działalności na zasadach określonych dla spółdzielni socjalnych, Dz.U. 2012 nr 0 poz. 456.
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 8 października 2009 r. w sprawie wzoru wniosku spółdzielni socjalnej o zwrot opłaconych składek oraz trybu dokonywania ich zwrotu, Dz.U. 2009 nr 176 poz. 1367.
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 3 sierpnia 2007 r. w sprawie określenia wzorów zaświadczeń dołączanych do wniosku o wpis spółdzielni socjalnej do Krajowego Rejestru Sądowego, Dz.U. 2007 nr 149 poz. 1051.

c. Zatrudnienie:

- Ustawa z dnia 13 czerwca 2003 r. o zatrudnieniu socjalnym, Dz.U. 2003.122.1143, z późniejszymi zmianami.

– Ustawa o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy z dnia 20 kwietnia 2004 r., Dz.U. 2004.99.1001, z późniejszymi zmianami.

Zatrudnienie osób niepełnosprawnych i chorujących psychicznie:

– Ustawa z dnia 19 sierpnia 1994 r. o ochronie zdrowia psychicznego, Dz.U. 1994, Nr 111, poz. 535, z późniejszymi zmianami.
– Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych, Dz.U. 1997, Nr 123, poz. 776, z późniejszymi zmianami.
– Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 14 lipca 2012 r. w sprawie zakładów aktywności zawodowej, Dz.U. 2012 nr 0 poz. 850

Działalność pożytku publicznego:

– Ustawa z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, Dz.U.03.96.873, z późn. zmianami

Pomoc społeczna:

– Ustawa o pomocy społecznej z dnia 12 marca 2004 r., Dz.U. 2004, nr 64, poz. 593, z pozn. zmianami

Uregulowania europejskie:

– Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 19 lutego 2009 r. w sprawie gospodarki społecznej (2008/2250(INI))

Najważniejsze źródła znaków Polskiego Języka Migowego w Internecie:

1. Leksykon pojęć ekonomicznych w języku migowym PJM www.nbpniewyklucza.pl/sluch/slownik – (data dostępu 28.02.2019)
2. Korpus Polskiego Języka Migowego www.slownikpjm.uw.edu.pl/ – (data dostępu 28.02.2019)
3. Słownik Spreadthesign www.spreadthesign.com/pl.pl/search/ – (data dostępu 28.02.2019
4. Słownik Migaj.eu www.migaj.eu/index – (data dostępu 28.02.2019)

ENCYKLOPEDIA
ekonomii społecznej