



**Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Kielcach**

Kielce, dnia stycznia 2012 r.

**Pan
Wojciech Lubawski
Prezydent Miasta Kielce**

P/11/005
LKI-4101-12-01/2011

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

Na podstawie art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli¹, zwanej dalej „ustawą o NIK”, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Kielcach przeprowadziła w Urzędzie Miasta Kielce (Urząd) kontrolę działań promocyjnych miasta Kielce w latach 2010-2011 (III kwartały), w tym w szczególności w zakresie prawidłowości wykorzystania środków publicznych na tę działalność oraz jej efektów.

W związku z kontrolą, której wyniki przedstawione zostały w protokole kontroli podpisanym w dniu 30 listopada 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 60 ustawy o NIK, przekazuje Panu Prezydentowi niniejsze wystąpienie pokontrolne.

Najwyższa Izba Kontroli negatywnie ocenia działalność Prezydenta Miasta Kielce w zakresie objętym kontrolą.

Ocenę tę uzasadniają, stwierdzone w trakcie kontroli, następujące nieprawidłowości:

- niewydanie zarządzenia ustalającego zasady promowania Miasta, wbrew uregulowaniu przyjętemu w regulaminie organizacyjnym Urzędu;
- nieprzewodzenie analiz potrzeb w zakresie działalności promocyjnej miasta Kielce;
- nierzetelne monitorowanie efektów podejmowanych działań promocyjnych;
- zlecenie organizacji dwóch imprez kulturalnych z naruszeniem ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych² (Pzp);
- nierzetelne przygotowanie oraz rozliczenie wykonania dwóch umów związanych z promocją Miasta;

¹ Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm.

² Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.

– niewłaściwe zaklasyfikowanie wydatku na kwotę 8.100 zł (dotyczącego wynagrodzenia autorskiego).

1. Rada Miejska w Kielcach 29 marca 2007 r. uchwaliła *Strategię Rozwoju Miasta Kielce na lata 2007-2020 (Strategia rozwoju)*. Wykonanie uchwały powierzone zostało Prezydentowi Miasta.

W *Strategii rozwoju* określono poszczególne cele dla trzech sfer: społecznej, gospodarczej i przestrzenno-ekologicznej. Za cel strategiczny w sferze społecznej przyjęto: *Stworzenie mieszkańcom Kielc atrakcyjnych warunków do zdrowego życia, rozwoju i pracy w bezpiecznym, atrakcyjnym i otwartym na świat mieście kultury, edukacji, turystyki i sportu*. Dla osiągnięcia tego celu wskazano m.in. następujące zadania dla Miasta: rozwój funkcji kulturalnych i sportowych, stworzenie prestiżowej, markowej imprezy kulturowej i sportowej o zasięgu międzynarodowym, szeroka promocja kreowanych marek, podejmowanie działań promocyjnych mających na celu stworzenie pozytywnego wizerunku Miasta. Pewne działania o charakterze promocyjnym wyznaczono także w sferze gospodarczej, gdzie jako cel strategiczny wskazano: *Rozwinięcie w Kielcach i Kieleckim Obszarze Metropolitalnym sektorów gospodarki opartej na wiedzy i nowoczesnych technologiach komunikacyjnych oraz rozwinięcie kompleksowego systemu wsparcia dla małych i średnich przedsiębiorstw*.

W *Strategii rozwoju* zapisano, że system monitorowania strategii opierać się będzie o okresową ocenę (tj. bieżącą ocenę realizacji w okresie kwartalnym, na specjalnie w tym celu organizowanych spotkaniach zespołu wdrażającego strategię) oraz ewaluację (okresową i ex post). Powołany w tym celu przez Prezydenta Miasta Komitet Monitorujący, spotykał się dwukrotnie w ciągu roku i dotychczas nie zajmował się oceną skuteczności działań podejmowanych w celu uatrakcyjnienia oferty Miasta w zakresie kultury, turystyki i sportu. Z wyjaśnień Pana Prezydenta wynikało, że na 6 grudnia 2011 r. zaplanowane było spotkanie monitorujące, którego tematem miała być „Rola Miasta w umocnieniu pozycji Kielc jako prężnie rozwijającego się centrum rozrywki i rekreacji”.

Prezydent Miasta nie wydał zarządzenia określającego zasady promowania miasta Kielce, pomimo że do wydania takiego zarządzenia zobowiązywał regulamin organizacyjny Urzędu. W ocenie NIK, brak odpowiednich regulacji wewnętrznych może skutkować przypadkowością w wyborze imprez, przedsięwzięć i powodów, dla których są one finansowane bądź współfinansowane przez Miasto.

2. W regulaminie organizacyjnym Urzędu z 2008 r. do wspólnych zadań wydziałów przypisano inicjowanie przedsięwzięć promujących Miasto. Do Wydziału Organizacyjnego przydzielono wielopłaszczyznową współpracę z mediami oraz organizacjami mieszkańców, a ponadto kreowanie pozytywnego wizerunku Urzędu m.in. poprzez prowadzenie Internetowej Telewizji Kielce oraz redagowanie strony internetowej Urzędu.

W 2010 i 2011 r. zadania objęte przedmiotem kontroli realizowane były przede wszystkim w Wydziale Edukacji, Kultury i Sportu (WEKiS) oraz w Wydziale Projektów Strukturalnych i Strategii Miasta (WPSiSM), który podejmował się jednak głównie zadań w zakresie promocji gospodarczej i zagranicznej, uczestnicząc w projektach współfinansowanych ze środków z UE.

W WEKiS zadania w zakresie promocji przydzielono ośmiu pracownikom (trzem w Referacie Kultury oraz pięciu w Referacie Sportu i Turystyki), natomiast w WPSiSM zadania te realizowało dziewięciu pracowników (pięciu w Referacie Współpracy z Zagranicą oraz czterech w Referacie Aktywizacji Gospodarczej³). Promocją zajmowało się także pięciu pracowników Biura Prasowego w Wydziale Organizacyjnym Urzędu.

Pracownicy zaangażowani w zadania z zakresu promocji posiadali wykształcenie wyższe (z dwoma wyjątkami) oraz różnego rodzaju doświadczenie zawodowe (w instytucjach kultury, sportu, organizacjach turystycznych, administracji państwowej i samorządowej, w mediach lokalnych, firmach budowlanych).

Stwierdzono, że zadania z zakresu promocji nie zawsze realizowane były przez właściwe komórki organizacyjne Urzędu. Świadczy o tym fakt, że organizacją corocznej imprezy *Sylwester pod Gwiazdami* zajmował się „zwyczajowo” Referat Sportu i Turystki, a nie Referat Kultury. W Referacie Kultury „prowadzenie spraw związanych z organizacją uroczystości miejskich” oraz „obsługę imprez kulturalnych i promocyjnych organizowanych przez Urząd” powierzono osobie z wykształceniem z zakresu zdrowia publicznego oraz doświadczeniem zdobytym podczas stażu absolwenckiego jako dietetyk szpitalny i pracownik biurowy.

W 2005 r. na zlecenie Urzędu opracowana została przez firmę Public Profits Sp. z o.o. w Poznaniu, za kwotę 48.000 zł, *Strategia promocji Miasta Kielce na lata 2006-2010 (Strategia promocji)*. Prezydent Miasta nie przyjął proponowanego w tym dokumencie modelu profesjonalnego zorganizowania działalności promocyjnej miasta Kielce. Na potrzebę profesjonalnego podejścia do organizacji działalności promocyjnej wskazywała również *Aktualizacja do strategii promocji miasta Kielce na lata 2009-2010*, przygotowana w listopadzie 2008 r. przez Świętokrzyską Agencję Rozwoju Regionu S.A. za 50.000 zł. W dokumencie tym dokonano analizy działań podejmowanych przez miejskie instytucje w zakresie promocji i uznano, że w znacznej mierze są one niespójne i różnej jakości.

Niepodjęcie działań w celu wprowadzenia zmian w organizacji wykonywania działalności promocyjnej Miasta, Pan Prezydent uzasadniał w swoich wyjaśnieniach kryzysem finansowym, który spowodował, iż ograniczono planowanie oraz wydatkowanie środków finansowych. Z ustaleń kontroli wynika jednak, że w ostatnich dwóch latach wydatki na promocję Kielc wzrosły (ich udział w wydatkach ogółem zwiększył się z 0,4% do 0,6%).

3. Wydatki na działalność promocyjną⁴ realizowaną w WPSiSM oraz w WEKiS wyniosły w 2007 r. – 1.554,3 tys. zł, w 2008 r. – 3.183,6 tys. zł i w 2009 r. – 4.024,9 tys. zł, co stanowiło odpowiednio 0,26%, 0,43% i 0,45% wydatków ogółem miasta Kielce.

W 2010 r. wydatki te wzrosły do 6.434,6 tys. zł, a ich udział w wydatkach ogółem wyniósł 0,65%. W 2011 r. (III kwartały) wydatki poniesione na promocję wyniosły 4.702,5 tys. zł, co stanowiło 0,60% wydatków ogółem miasta Kielce w tym okresie.

³ Podano m.in. na podstawie zapisów w zakresach czynności pracowników. Pominięto dyrektorów i zastępców dyrektorów wydziałów.

⁴ Bez środków z funduszy unijnych.

Porównanie wydatków planowanych na początku roku z wydatkami zrealizowanymi (po zmianach w planie) w rozdziale 75075 (*Promocja jednostek samorządu terytorialnego*) wykazało, że w budżecie 2010 r.:

- zaplanowano kwotę 1.405 tys. zł na realizację zadań w zakresie promocji przez WPSiSM, podczas gdy na koniec roku poniesiono wydatki w wysokości 627,3 tys. zł, tj. 55% mniejsze od pierwotnie zaplanowanych,
- zaplanowano kwotę 2.300 tys. zł na realizację zadań w zakresie promocji przez WEKiS, podczas gdy poniesiono wydatki w wysokości 5.359 tys. zł, tj. 130% większe od pierwotnie planowanych.

Na etapie planowania wydatków na 2011 r. w rozdziale 75075 uwzględniono:

- kwotę 1.301 tys. zł na realizację zadań w zakresie promocji przez WPSiSM, a do końca III kwartału 2011 r. wydatkowano z tego 246 tys. zł, tj. 80% mniej niż zaplanowano.
- kwotę 2.300 tys. zł na realizację zadań w zakresie promocji przez WEKiS, a do końca III kwartału 2011 r. poniesione zostały wydatki w wysokości 4.048 tys. zł, tj. 76% większe od pierwotnie planowanych.

Podkreślenia wymaga fakt, że z ww. kwot wydatków zrealizowanych tylko przez WEKiS z rozdziału 75075, w 2010 r. na tzw. „promocję poprzez sport” zostało przeznaczone ponad 59% środków, a w 2011 r. (III kwartały) ponad 55% środków.

Wydatki na tzw. „promocję poprzez sport” w całym kontrolowanym okresie stanowiły ogółem 52% wydatków z rozdziału 75075 (bez środków UE).

Zdaniem NIK, znaczna różnica w wielkości planowanych i wydatkowanych środków na działania promocyjne mogła wynikać z braku rzetelnego analizowania potrzeb w tym zakresie. Przy dochowaniu należytej staranności możliwe jest bowiem wcześniejsze zaplanowanie działań promocyjnych na tyle dokładnie, aby przy konstruowaniu budżetu uwzględnić niezbędne wydatki na ten cel.

Nieprzewodzenie analiz potrzeb działań w zakresie promocji Pan Prezydent uzasadnił kryzysem finansowym i brakiem środków finansowych. Z wyjaśnień wynikało również, że aktualnie z tego powodu *działania promocyjne prowadzone są na podstawie planów wydziałów Urzędu*. Zdaniem NIK, szczególnie w okresie kryzysu i konieczności szukania oszczędności w budżetach jednostek sektora finansów publicznych niezbędne jest szczegółowe analizowanie potrzeb w celu racjonalnego planowania oraz dokonywania wydatków, z zachowaniem zasad określonych w art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych⁵ (wydatkowania środków w sposób celowy i oszczędny z zachowaniem zasad uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów oraz optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów).

4. W Urzędzie nierzetelnie monitorowano efekty działań promocyjnych Miasta. Poza jednym przypadkiem mierzenia efektywności podejmowanych działań w zakresie promocji gospodarczej⁶, w związku z realizacją projektu z udziałem środków z UE, Pan Prezydent nie wskazał innych wymiernych efektów podejmowanej działalności promocyjnej (w zakresie

⁵ Dz. U. Nr 157, poz. 1240 ze zm.

⁶ Kwartalne monitorowania wskaźnika *liczby zapytań inwestorów w stosunku do opracowanych i rozestanych ofert*.

sportu, kultury, turystyki). Nie podał też żadnych innych mierników przyjętych do oceny efektów (skuteczności) działań promocyjnych w tych obszarach ani nie wyjaśnił, kto prowadzi monitoring pozostałych działań promocyjnych realizowanych w poszczególnych wydziałach Urzędu.

Prezydent Miasta nie przyjął rozwiązania proponowanego w *Strategii promocji* w zakresie monitorowania działalności promocyjnej. W dokumencie tym przyjęto założenie, aby miarą efektywności działań promocyjnych były liczba odwiedzających Miasto gości oraz dynamika i kierunek zmiany opinii na temat Kielc. Proponowano również, aby Miasto, niezależnie od statystyk miejskich, dokonywało rocznej ewaluacji działań promocyjnych zlecając wybranemu ośrodkowi badania opinii publicznej krótkie badanie sondażowe. Podano orientacyjnie, że największe ośrodki badawcze w kraju realizują takie badania w sekwencji dwutygodniowej. Autorzy *Strategii promocji* przedstawili odpowiednią propozycję bloku złożonego z trzech pytań.

Wyjaśniając przyczyny nieprowadzenia rzetelnego monitoringu efektów działań promocyjnych, Pan Prezydent odwoływał się do istniejącej sytuacji kryzysowej oraz konieczności ograniczania wydatków. Dla porównania należy przykładowo jednak wskazać, że w okresie 2010-2011 r. (III kwartały), w ramach prowadzonej promocji, zdecydowano się wydać 22,3 tys. zł na karty pocztowe, ok. 150 tys. na informator kulturalny z logo Miasta, 160 tys. zł na albumy pt. „Kielce Kwadrat” czy 250 tys. za umieszczenie herbu miasta Kielce na wielofunkcyjnych kartach kibica klubu Korona.

5. Szczegółową analizą objęto 20 wybranych wydatków na działalność promocyjną (z rozdziału 75075). Zbadane zostały wydatki na kwotę łącznie 790.369,63 zł w 2010 r. (tj. 13% wydatków w rozdziale 75075) oraz na kwotę 1.106.694,20 zł w III kwartałach 2011 r. (tj. 26% wydatków w rozdziale 75075).

Powyższa analiza wykazała, że podpisując w dniu 6 maja 2010 r. umowę z firmą [...] ⁷ „Rafa” w Kielcach na organizację I Świętokrzyskiego Festiwalu Dżezowego, działający z upoważnienia Prezydenta Miasta zastępca Prezydenta A.Sygut oraz dyrektor WEKiS M.Tomala, udzielili w imieniu gminy Kielce zamówienia wykonawcy, który nie został wybrany w trybie określonym w Pzp. Wartość netto tego zamówienia, tj. 61.370,6 zł była tożsama z wartością brutto i tym samym przekraczała równowartość 14.000 euro ⁸, tj. kwotę wartości zamówień, do wysokości której – zgodnie z art. 4 pkt 8 Pzp – ustawy nie stosuje się.

Zastępca Prezydenta Miasta A.Sygut oraz dyrektor WEKiS M.Tomala w dniu 16 grudnia 2010 r. podpisali umowę na zorganizowanie imprezy plenerowej pn. „Sylwester pod gwiazdami 2010” za kwotę 167.000 zł brutto, na podstawie art. 67 ust. 1 w zw. z art. 5 ust. 1a pkt 1 Pzp. Udzielenie ww. zamówienia w trybie z wolnej ręki nastąpiło z naruszeniem art. 5 ust. 1a pkt 1 Pzp, gdyż nie zostały spełnione przesłanki do jego zastosowania. Zamawiający nie wykazał w szczególności, że zastosowanie innych trybów mogłoby

⁷ Tajemnica ustawowo chroniona – art.5 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz.U. Nr 112, poz. 1198 ze zm.), ze względu na ochronę prywatności osoby fizycznej.

⁸ Wynikający z rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z 23 grudnia 2009 r. (Dz. U. Nr 224, poz. 1796) średni kurs złotego w stosunku do euro stanowiący podstawę przeliczania wartości zamówień publicznych to 3,839.

skutkować naruszeniem zasad celowego, oszczędnego i efektywnego dokonywania wydatków. Zastępca Prezydenta Miasta A.Sygut w składanych na tę okoliczność wyjaśnieniach nie odniósł się w szczególności do możliwości zastosowania innych trybów w uproszczonej procedurze wynikającej z art. 5 ust. 1 Pzp. Uzasadnienie wyboru trybu niekonkurencyjnego należy uznać za wystarczające nie wtedy, gdy zamawiający udowodni istnienie korzyści wynikających z zastosowania trybu bez ogłoszenia, lecz gdy uprawdopodobni, że zastosowanie innego trybu stworzy możliwość powstania niekorzystnych skutków (wiążących się z zasadami gospodarności finansów publicznych, interesem gospodarczym czy publicznym). Wykładnia art. 5 ust. 1a Pzp, łącznie z art. 5 ust. 1 Pzp, wskazuje na możliwość zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki dopiero w sytuacji, gdy zamawiający w sposób obiektywny będzie w stanie uzasadnić, że nie ma możliwości udzielenia danego zamówienia w innym trybie, a ewentualne udzielenie zamówienia w tych trybach będzie wywoływało określone, negatywne skutki dla zamawiającego⁹. Nie są zatem wystarczające argumenty (podniesione w wyjaśnieniach przez A.Syguta), że prowadzenie ustaleń co do sposobu realizacji tego zamówienia w drodze indywidualnych negocjacji z jedną wyspecjalizowaną firmą, posiadającą odpowiednie doświadczenie i dysponującą odpowiednią kadrą i profesjonalnym sprzętem, pozwala na osiągnięcie lepszych efektów niż w trybach konkurencyjnych.

Zgodnie z art. 17 ust. 1 pkt 1 i pkt 2 lit. a ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o odpowiedzialności za naruszenie dyscypliny finansów publicznych¹⁰, udzielenie zamówienia publicznego wykonawcy, który nie został wybrany w trybie określonym w przepisach o zamówieniach publicznych oraz udzielenie zamówienia publicznego z naruszeniem przepisów dotyczących przesłanek stosowania trybu udzielenia zamówienia z wolnej ręki, stanowi naruszenie dyscypliny finansów publicznych.

6. W 2010 r. koszty podróży służbowych pracowników Urzędu (wskazanych przez WEKiS oraz WPSiSM jako związanych z promocją Miasta) wyniosły 59.953,80 zł (z tego koszty podróży zagranicznych 51.215,80 zł), a w 2011 r. – 56.606,88 zł (z tego koszty podróży zagranicznych 47.997,88 zł)¹¹. Ponadto Biuro Rady Miejskiej wskazało podróże służbowe radnych (krajowe i zagraniczne) w celach związanych z promocją Miasta (jako cel tych delegacji wskazano np.: wymianę doświadczeń, konwent przewodniczących miast wojewódzkich, beatyfikację Jana Pawła II, czy spotkanie u Prezydenta RP, inne konferencje lub posiedzenia wyjazdowe, uroczysta sesja, funkcjonowanie parku botanicznego). W 2010 r. koszty tych podróży służbowych wyniosły 4.039,65 zł, a w 2011 r. – 7.857,16 zł. Ww. koszty nie zawierały kosztów przejazdów samochodem służbowym, gdyż wydatki te ponoszone są przez Zakład Obsługi i Informatyki Urzędu.

W wyniku badania prawidłowości rozliczenia dziewięciu wybranych delegacji (dwóch krajowych i siedmiu zagranicznych) na kwotę łącznie 16.616,28 zł, w jednym przypadku stwierdzono, że dieta wypłacona pracownikowi z tytułu zagranicznej podróży służbowej była

⁹ Por. uchwała Krajowej Izby Odwoławczej przy Prezesie Urzędu Zamówień Publicznych z dnia 13 maja 2011 r., KIO/KD 37/11

¹⁰ Dz. U. z 2005 r. Nr 14, poz. 114 ze zm.

¹¹ Nie uwzględniono kosztów delegacji refundowanych ze środków unijnych.

o 122 zł wyższa od należnej, tj. wyliczonej zgodnie z rozporządzeniem Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 12 grudnia 2002 r. w sprawie wysokości oraz warunków ustalania należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju¹². NIK zwraca uwagę, że w tym wypadku zawiodły procedury kontroli wewnętrznej – błąd nie został wykryty, pomimo że prawidłowość rozliczenia została potwierdzona na dokumencie podpisanymi sześciu osób dokonujących jego sprawdzenia pod względem merytorycznym i formalno-rachunkowym. W wyniku kontroli pracownik zwrócił nienależnie wypłaconą mu kwotę diet w wysokości 122 zł.

W 2010 r. wydatek na rzecz Związku Autorów i Kompozytorów Scenicznych, dotyczący wynagrodzenia autorskiego za program muzyczny wykonywany podczas „Sylwestra pod gwiazdami” w wysokości 8.100 zł, wykazano w paragrafie 443 (*Różne opłaty i składki*) zamiast w paragrafie 409. Było to niezgodne z rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 2 marca 2010 r. w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych¹³, które określa, że paragraf 409 (*Honoraria*) obejmuje wydatki dotyczące wynagrodzenia (tantiemy) wypłacane twórcom lub artystom wykonawcom przez organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi.

W umowie z Telewizją Polską SA Oddział w Kielcach z dnia 12 października 2010 r., podpisanej przez zastępcę Prezydenta Miasta A.Syguta oraz dyrektora WEKiS M.Tomale, gmina Kielce zamówiła 10 programów z cyklu „Kielce pięknieją”. Zgodnie z umową prezentacja programów miała mieć miejsce w ciągu dwóch miesięcy trzy razy w miesiącu (tj. sześć w ciągu tych dwóch miesięcy). W umowie zamawiający wyznaczył do współpracy z wykonawcą w zakresie wykonania umowy zastępcę dyrektora WEKiS K.Tworogowskiego. Faktura miała zostać wystawiona i dostarczona zamawiającemu najpóźniej do 15 grudnia 2010 r.

W związku z ww. umową, na podstawie faktury z dnia 27 grudnia 2010 r., 30 grudnia 2010 r. Miasto zapłaciło za osiem odcinków programu kwotę 30.239,99 zł (w umowie ustalono wynagrodzenie za jeden odcinek w wysokości 3.780 zł). Na opisie faktury pracownik podał, że zadanie zostało wykonane zgodnie z umową i bez zastrzeżeń. Sprawdzenie pod względem merytorycznym podpisali pracownik oraz zastępca dyrektora WEKiS K.Tworogowski.

W trakcie kontroli nie uzyskano od zastępcy Prezydenta Miasta A.Syguta wyjaśnień, czy zadanie rzeczywiście zostało wykonane zgodnie z umową, tj. czy i kiedy zrealizowane zostały wszystkie zamówione odcinki programu. Stosownie do zapisów umowy obie strony były zwolnione z wszelkich zobowiązań wynikających z umowy bez obowiązku wypłacenia odszkodowania, jeżeli wykonanie tych zobowiązań stało się niemożliwe na skutek zaistnienia zdarzenia pochodzącego z zewnątrz o charakterze nadzwyczajnym. Umowa,

¹² Dz.U. Nr 236, poz. 1991 ze zm.

¹³ Dz.U. Nr 38, poz. 207 ze zm.

w przeciwieństwie do innych tego rodzaju umów zawieranych przez Miasto, nie zawierała postanowień zabezpieczających nienależyte jej wykonanie (np. kar umownych).

W dniu 31 stycznia 2011 r. podpisana została umowa Nr W/UKP/2/EKS 2/UM/314/2011 pomiędzy gminą Kielce reprezentowaną przez zastępcę Prezydenta Miasta A.Syguta oraz dyrektora WEKiS M.Tomałę a Fundacją Kultury WICI reprezentowaną przez [...] ¹⁴. W ww. umowie zapisano, że przedmiotem umowy jest sprzedaż i kupno informatora kulturalnego „Wici.Info” z logo miasta Kielce w cenie 6,15 zł za 1 egzemplarz oraz jego kolportaż. Sprzedający zobowiązał się rozprowadzić łącznie 12.000 egzemplarzy informatora w okresie od lutego do grudnia 2011 r. Ustalono, że pięć kolejnych numerów pisma w liczbie po 2.400 egzemplarzy podlegać będzie rozprowadzeniu do miejsc wskazanych przez zamawiającego: 1000 egz. do biura obsługi interesanta w Urzędzie Miasta przy ul. Rynek i przy ul. Strycharskiej oraz po 700 egz. do instytucji kultury oraz uczelni, kin i hoteli. Z kolportażu w miejscach wskazanych w umowie sprzedający zobowiązał się uzyskać pokwitowanie określające liczbę pozostawionego tam informatora. Za wykonanie umowy sprzedawca miał otrzymać kwotę 73.800 zł brutto na podstawie pięciu częściowych faktur VAT (zapłata za poszczególne edycje po 14.760 zł brutto). Zbadano jedną fakturę częściową z 12 lipca 2011 r. na kwotę 14.760 zł za zakup 2.400 egzemplarzy informatora kulturalnego „Wici.Info” wraz z listą zawierającą pokwitowanie kolportażu informatora. Wynikało z niej, że 480 sztuk informatora zostało pozostawione w kawiarniach, pubach, klubach i sklepach. Prezes fundacji wyjaśnił, że umowę przygotowuje Miasto i chociaż w umowie nie jest to zapisane jest dla stron oczywiste, że są to dobre miejsca na pozostawienie informatora.

Powyższe przypadki świadczą o niestarannym przygotowaniu i nierzetelnym rozliczaniu umów.

7. Korzystając z możliwości, jakie daje realizacja projektów z udziałem funduszy unijnych, Miasto wypracowało dobre praktyki w zakresie promocji gospodarczej. Jest ono odbiorcą ostatecznym projektu „Program Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej” realizowanego przez Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A w Warszawie (PAIiZ). Miasto nie posiada środków na realizację tego przedsięwzięcia, ponieważ wyłącznym beneficjentem projektu jest PAIiZ, jednak aktywnie w nim uczestniczy i współpracuje z pozostałymi miastami Polski Wschodniej. Ponadto miasto Kielce jako partner uczestniczy w projekcie pt. „Tworzenie i rozwój sieci współpracy Centrów Obsługi Inwestora” w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej.

Miasto było też partnerem w projekcie „Rola miast w zintegrowanym rozwoju regionalnym” realizowanym z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach programu Komisji Europejskiej URBACT II, którego beneficjentem było miasto Graz w Austrii (projekt został zakończony w połowie 2011 r.). Charakter tego projektu również umożliwiał nawiązanie międzynarodowych kontaktów i pośrednio promocję Miasta. Głównym celem tego projektu było jednak opracowanie programów operacyjnych i politycznych rekomendacji usprawniających współpracę pomiędzy miastem, a otaczającymi

¹⁴ Tajemnica ustawowo chroniona – art.5 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (Dz.U. Nr 112, poz. 1198 ze zm.), ze względu na ochronę prywatności osoby fizycznej.

je mniejszymi gminami, w tym także inicjatyw w zakresie promocji gospodarczej tzw. Kieleckiego Obszaru Metropolitalnego.

Przedstawiając powyższe oceny i uwagi, Najwyższa Izba Kontroli wnioskuje o:

- 1) ustalenie w formie zarządzenia regulacji wewnętrznych w sprawie zasad promowania miasta Kielce, zgodnie z obowiązującym regulaminem organizacyjnym Urzędu;
- 2) prowadzenie rzetelnych analiz potrzeb działań promocyjnych oraz odpowiednie do tego planowanie wydatków na tę działalność;
- 3) rzetelne monitorowanie efektów podejmowanych działań promocyjnych oraz okresowe dokonywanie ocen skuteczności tych działań;
- 4) zwiększenie nadzoru nad udzielaniem zamówień publicznych przez upoważnionych pracowników, w celu wyeliminowania stwierdzonych w trakcie kontroli naruszeń przepisów Pzp;
- 5) zapewnienie rzetelnego przygotowywania oraz rozliczania wykonania zawieranych umów dotyczących promocji Miasta;
- 6) zapewnienie skutecznej kontroli prawidłowości rozliczania kosztów podróży służbowych oraz klasyfikowania wydatków w paragrafie 443 oraz 409.

* * *

Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Kielcach, na podstawie art. 62 ust. 1 ustawy o NIK, oczekuje przedstawienia przez Pana Prezydenta w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, informacji o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosków bądź o działaniach podjętych w celu realizacji wniosków lub przyczynach niepodjęcia takich działań.

Zgodnie z treścią art. 61 ust. 1 ustawy o NIK, w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, przysługuje Panu Prezydentowi prawo zgłoszenia na piśmie do dyrektora Delegatury NIK w Kielcach umotywowanych zastrzeżeń w sprawie ocen, uwag i wniosków zawartych w tym wystąpieniu.

W razie zgłoszenia zastrzeżeń, zgodnie z art. 62 ust. 2 ustawy o NIK, termin nadesłania informacji, o którym mowa wyżej, liczy się od dnia otrzymania ostatecznej uchwały właściwej komisji NIK.