



**Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Kielcach**

Kielce, dnia 12 grudnia 2011 r.

**Pan
Adam Jarubas
Marszałek
Województwa Świętokrzyskiego**

P/11/005
LKI-4101-12-02/2011

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

Na podstawie art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli¹, zwanej dalej „ustawą o NIK”, Delegatura Najwyższej Izby Kontroli w Kielcach przeprowadziła w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Świętokrzyskiego (Urząd) kontrolę działań polegających na promocji województwa świętokrzyskiego w latach 2010 – 2011 (I półrocze).

W związku z kontrolą, której wyniki przedstawiono w protokole kontroli podpisanym w dniu 6 grudnia 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 60 ustawy o NIK, przekazuje Panu Marszałkowi niniejsze wystąpienie pokontrolne.

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie, pomimo stwierdzonych nieprawidłowości, ocenia działalność Zarządu Województwa Świętokrzyskiego w zakresie objętym kontrolą.

Pozytywną ocenę uzasadnia:

- wykorzystywanie niezależnych badań wizerunkowych i poziomu atrakcyjności turystycznej regionu do planowania i monitorowania działań w zakresie promocji turystycznej;
- prawidłowe klasyfikowanie, ewidencjonowanie i rozliczanie wydatków na działalność promocyjną;
- prawidłowe zlecanie realizacji zadań promocyjnych podmiotom zewnętrznym.

Stwierdzone nieprawidłowości dotyczyły:

- braku koordynacji działań podejmowanych przez poszczególne komórki organizacyjne Urzędu;
- nieterminowego uregulowania zobowiązania w kwocie 1,2 tys. zł.

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

1. Promocja województwa świętokrzyskiego w Urzędzie prowadzona była m.in. w obszarze promocji turystycznej, kulturalnej, gospodarczej oraz tzw. promocji wewnętrznej, skierowanej do mieszkańców województwa i realizowanej głównie poprzez wykorzystanie komunikatorów takich jak: prasa regionalna, portal internetowy oraz telewizja internetowa. Dokumenty strategiczne opracowano w obszarze promocji turystycznej – w 2006 r. *Strategię Rozwoju Turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2006 – 2014*, uchwaloną przez Sejmik Województwa Świętokrzyskiego i monitorowaną przez Zarząd Województwa Świętokrzyskiego, a w 2007 r. *Program Promocji wraz z Regionalnym Systemem Informacji Turystycznej dla Województwa Świętokrzyskiego (na lata 2008 – 2013)*.

W obszarze promocji turystycznej województwa dokonywane były w Departamencie Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki analizy efektywności i korzyści działań promocyjnych w oparciu o badania wizerunkowe i atrakcyjności turystycznej województwa świętokrzyskiego. Wyniki badań wykorzystywano do planowania działalności promocyjnej w tym obszarze. W wymienionych powyżej dokumentach planistycznych dotyczących promocji nie określono jednak sposobu ewaluacji działań promocyjnych, co utrudnia ocenę podejmowanych działań pod kątem ich efektywności oraz realizacji założonych celów. Zdaniem NIK, celowe byłoby w związku z tym rozważenie możliwości wdrożenia narzędzi służących do monitoringu i oceny efektywności podejmowanych działań promocyjnych.

Z wyjaśnień dyrektora Departamentu Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Jacka Kowalczyka wynika, że podejmowane działania były każdorazowo analizowane przez kierowników oddziałów i dyrekcję departamentu pod kątem ich efektywności kosztowej i marketingowej.

2. Działania promocyjne realizowane były – w różnym zakresie – przez kilka komórek organizacyjnych Urzędu, w tym: Departament Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki, Wieloosobowe Stanowisko ds. Obsługi Inwestora – Świętokrzyskie Centrum Obsługi Inwestora w Departamencie Polityki Regionalnej oraz Biuro Komunikacji Społecznej. Zadaniem Świętokrzyskiego Centrum Obsługi Inwestora była promocja gospodarcza województwa, natomiast Biuro Komunikacji Społecznej zajmowało się promocją wewnętrzną. Działania na rzecz promocji obszarów wiejskich województwa realizował Oddział Rozwoju Obszarów Wiejskich w Departamencie Rozwoju Wsi i Rolnictwa.

Zadania promocyjne zrealizowane w okresie objętym kontrolą przez komórki organizacyjne Urzędu polegały m.in. na organizacji imprez i konkursów, zakupie gadżetów promocyjnych, udziale w targach, spotkaniach i misjach gospodarczych, zakupie wydawnictw promujących województwo świętokrzyskie, prowadzeniu kampanii promocyjnej na billboardach, realizacji filmu promocyjnego o regionie oraz aktualizacji stron internetowych www.sejmik.kielce.pl oraz www.wrota-swietokrzyskie.pl.

Działalnością promocyjną w Urzędzie zajmowało się m.in. sześciu pracowników w Oddziale Promocji w Departamencie Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki, 16 pracowników Biura Komunikacji Społecznej, sześciu pracowników Departamentu Polityki Regionalnej oraz sześciu pracowników Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich i Środowiska.

3. Wydatki na promocję w okresie objętym kontrolą wyniosły 6.342,8 tys. zł, z czego w 2010 r. wydatkowano 5.047,8 tys. zł, a w I półroczu 2011 r. – 1.295 tys. zł. Wydatki te stanowiły 0,9% wydatków ogółem w 2010 r. i 0,72% w I półroczu 2011 r.

Istotną część wydatków na promocję – 1.620 tys. zł (25% ogółu wydatków na działalność promocyjną w okresie objętym kontrolą) – stanowiła składka na rzecz Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego. Ścisłej współpracy Urzędu z ww. organizacją, do której statutowych celów należy m.in. wspieranie rozwoju turystyki w województwie świętokrzyskim i promocja województwa świętokrzyskiego, sprzyjało powiązanie personalne – funkcję prezesa zarządu organizacji pełnił Jacek Kowalczyk, dyrektor Departamentu Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki.

Zarząd Województwa Świętokrzyskiego podejmował działania promocyjne w ramach tzw. Domu Polski Wschodniej – wspólnego przedstawicielstwa w Brukseli województw: świętokrzyskiego, lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego oraz warmińsko-mazurskiego. Celem wspólnych działań było skoordynowanie i wzmocnienie współpracy przedstawicielstw makroregionu Polski Wschodniej, aby skuteczniej zabiegać o wspólne interesy regionów w Unii Europejskiej. W okresie objętym kontrolą na zadania realizowane przez Dom Polski Wschodniej wydatkowano kwotę 520,6 tys. zł.

Wydatki poniesione w związku z utworzeniem i utrzymaniem stron internetowych www.sejmik.kielce.pl oraz www.wrota-swietokrzyskie.pl, a także strony w Biuletynie Informacji Publicznej w latach 2010 – 2011 (I półrocze) wyniosły 1.389,6 tys. zł, w tym 1.241,5 tys. zł (89%) stanowiły koszty osobowe wynikające z wynagrodzenia za pracę pracowników zajmujących się zamieszczaniem merytorycznych informacji na ww. stronach internetowych. Wydawano stale dwa informatory: *Nasz Region – Świętokrzyski Informator Samorządowy* oraz *Słowo Sołtysa. Informator Sołecki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego*, na które wydatkowano w okresie objętym kontrolą 98,9 tys. zł. Pozostałe koszty działalności wydawniczej, głównie związane z wydawnictwami publikowanymi po konkursach i konferencjach, wyniosły 39,2 tys. zł.

4. Szczegółowe badanie 10 wydatków na łączną kwotę 833,7 tys. zł (13% wydatków promocyjnych poniesionych w okresie objętym kontrolą) wykazało, że prawidłowo sklasyfikowano, ewidencjonowano i rozliczano wydatki na działalność promocyjną. Sfinansowane nimi zadania miały charakter promocji, przy czym niektóre z nich mogłyby być także zaklasyfikowane jako zadania z innych dziedzin. Przykładowo, akcja „Marszałkowskie Mikołajki”, czyli spotkania z dziećmi pochodzącym z ubogich środowisk z klas I – III szkół podstawowych z województwa świętokrzyskiego mogłaby zostać zaliczona do zadań z zakresu pomocy społecznej (zapobieganie wykluczeniu społecznemu).

Badanie dotyczące prawidłowości zlecenia podmiotom zewnętrznym działań promocyjnych przeprowadzono na próbie dwóch zamówień publicznych o najwyższych kwotach (zamówienie o wartości 502 tys. zł, dotyczące organizacji w 2010 r. cyklu imprez rekreacyjno-kulturowych z okazji dni województwa świętokrzyskiego, oraz zamówienie o wartości 146 tys. zł na wydawnictwa promujące walory turystyczne województwa świętokrzyskiego w 2011 r.). Wybór podmiotów, którym udzielono ww. zamówień, został

dokonywany zgodnie z ustawą z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych². Nie stwierdzono także nieprawidłowości w zakresie zlecenia zadań o wartości nieprzekraczającej równowartości 14 tys. euro, określonej w art. 4 pkt 8 ww. ustawy (zbadano umowy z Klubem Sportowym FART oraz ze Spółką Akcyjną FART, dotyczące promocji województwa).

W wyniku analizy 10 delegacji służbowych związanych z wyjazdami służbowymi krajowymi i zagranicznymi dotyczącymi działalności promocyjnej ustalono, że rozliczenia były prowadzone rzetelnie, a celem wyjazdów była promocja województwa.

5. Zgodnie z regulaminem organizacyjnym dwie komórki organizacyjne Urzędu – Kancelaria Zarządu oraz Departament Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki – odpowiedzialne były za koordynację działań promocyjnych, przy czym faktycznie żadna z nich nie podejmowała działań polegających na merytorycznej analizie i porządkowaniu zadań tak, aby zapewnić ich optymalną skuteczność.

Działania podejmowane przez pracowników Kancelarii Zarządu polegały na pozyskiwaniu informacji potrzebnych do zabezpieczenia udziału członków Zarządu Województwa Świętokrzyskiego oraz radnych Sejmiku Województwa Świętokrzyskiego w imprezach o charakterze społecznym oraz zapewnienia na ten cel materiałów promocyjnych. Z kolei Departament Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki faktycznie nie miał wpływu na to, jak pozostałe komórki organizacyjne Urzędu planują i realizują działalność promocyjną. Zdaniem NIK, brak koordynacji może prowadzić m.in. do braku zgodności działań poszczególnych komórek organizacyjnych oraz ponoszenia nadmiernych kosztów.

Skutkiem nieprecyzyjnego podziału zadań pomiędzy Departamentem Promocji, Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki oraz Departamentem Polityki Regionalnej było zagubienie faktury VAT za wykonanie statuetki przyznanej jako nagroda podczas VIII Świętokrzyskiej Giełdy Kooperacyjnej Nowych Technologii Energii Odnawialnej – Technologia Przyszłości w marcu 2010 r. oraz powstanie zobowiązań wymagalnych na kwotę 1,2 tys. zł. Termin płatności upłynął 12 marca 2010 r., a zobowiązanie uregulowano 24 lutego 2011 r. na podstawie duplikatu faktury VAT (wierzyciel nie naliczył odsetek ustawowych).

6. W okresie objętym kontrolą Zarząd Województwa nie realizował ze środków Unii Europejskiej własnych projektów, polegających na promocji województwa, choć województwo świętokrzyskie było promowane m.in. w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej. Jak wyjaśnił Pan Marszałek, podejmowane próby pozyskania zewnętrznych środków m.in. na promocję zagraniczną okazały się bezskuteczne.

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

- 1) opracowanie i wdrożenie rozwiązań organizacyjnych zapewniających koordynację działalności promocyjnej prowadzonej przez komórki organizacyjne Urzędu;
- 2) terminowe regulowanie zobowiązań.

* * *

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

Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Kielcach, na podstawie art. 62 ust. 1 ustawy o NIK, oczekuje przedstawienia przez Pana Marszałka w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, informacji o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosków, albo 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 Marszałkowi 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.