



**Pan**  
**Zdzisław Wrzałka**  
**Starosta Powiatu Kieleckiego**

P/11/005  
LKI-4101-12-03/2011

### **WYSTĄPIENIE POKONTROLNE**

Na podstawie art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli<sup>1</sup>, zwanej dalej „ustawą o NIK”, Delegatura Najwyższej Izby Kontroli w Kielcach przeprowadziła w Starostwie Powiatowym w Kielcach (Starostwo) kontrolę działań promocyjnych podejmowanych przez Zarząd Powiatu Kieleckiego w latach 2010 – 2011 (I półrocze).

W związku z kontrolą, której wyniki przedstawiono w protokole kontroli podpisanym w dniu 7 grudnia 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 60 ustawy o NIK, przekazuje Panu Staroście niniejsze wystąpienie pokontrolne.

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

Pozytywną ocenę uzasadnia:

- prawidłowe klasyfikowanie, ewidencjonowanie i rozliczanie wydatków na działalność promocyjną;
- prawidłowe zlecanie realizacji zadań promocyjnych podmiotom zewnętrznym.

Stwierdzone nieprawidłowości dotyczyły:

- nierzetelnego monitoringu efektów w zakresie działalności promocyjnej;
- niewłaściwego rozliczania kosztów zagranicznych podróży służbowych.

**1.** Powiat nie posiada jednego dokumentu strategicznego odnoszącego się wyłącznie do promocji. Działania podejmowane w zakresie promocji wynikały pośrednio z innych dokumentów, w tym w szczególności ze „Strategii Rozwoju Powiatu Kieleckiego do roku 2020” (*Strategia rozwoju*) przyjętej przez Radę Powiatu w marcu 2010 r. oraz ze „Strategii

---

<sup>1</sup> Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm.

Rozwoju Turystyki w Powiecie Kieleckim w latach 2004 -2013” (*Strategia rozwoju turystyki*) z 2004 r.

W obu dokumentach wyznaczone zostały zadania w zakresie promocji oferty kulturalnej i turystycznej powiatu kieleckiego.

W *Strategii rozwoju* zapisano, że monitoring strategii obejmuje m.in. analizę zebranych danych oraz przygotowanie corocznych informacji dotyczących stanu realizacji strategii, ocenę osiągniętych rezultatów, analizę i ocenę rozbieżności pomiędzy zakładanymi celami, a osiągniętymi efektami. Realizację zadań określonych w strategii monitorować miał Wydział Rozwoju Starostwa w trakcie całego okresu wdrażania dokumentu.

Ww. wydział przedkładał wprawdzie raporty z monitoringu i oceny realizacji tej strategii, które były następnie zatwierdzane przez Zarząd Powiatu i przedkładane przewodniczącemu Rady Powiatu, nie zawierały one jednak ocen osiągniętych rezultatów działań podejmowanych w zakresie promocji.

Także *Strategia rozwoju turystyki* zakładała prowadzenie monitoringu, który miał być „jej nieodłącznym elementem i ciągłym procesem obserwacji zmian wybranych wskaźników, co zapewni skuteczny przepływ informacji oraz aktualizacji bazy danych”. Jednak w tym wypadku także (w przygotowywanych w Referacie Kultury, Sportu i Turystyki „Informacjach z Realizacji Strategii Rozwoju Turystyki”) podawano jedynie działania wynikające z realizacji projektów, ale nie dokonywano ocen osiągniętych rezultatów.

W wyjaśnieniach w sprawie monitoringu realizacji celu warunkującego *Strategii rozwoju turystyki* określonego jako: promocja produktu turystycznego i marki turystycznej, Pan Starosta odwołał się jedynie do konkretnych wskaźników przyjętych w realizowanym projekcie pn. „Turystyczna i Gospodarcza Kampania Promocyjna Powiatu Kieleckiego”.

**2.** Działania promocyjne realizowane były w szczególności przez Wydział Rozwoju Starostwa, któremu w regulaminie organizacyjnym przypisano prowadzenie spraw z zakresu rozwoju i promocji powiatu, a także współpracy z zagranicą. W wydziale tym wyodrębnione zostało także jednoosobowe stanowisko ds. promocji powiatu. Ponadto Zespół Prasowy odpowiadał m.in. za współpracę z mediami w zakresie promocji rozwoju powiatu, redagowanie strony internetowej, a także wydawnictw informacyjnych i promocyjnych Starostwa oraz współpracę z Wydziałem Rozwoju w zakresie promocji powiatu. Referat Kultury, Turystyki i Sportu, wchodzący w skład Wydziału Edukacji, Kultury, Turystyki i Sportu, zajmował się natomiast promocją turystyczną powiatu.

Zadania promocyjne zrealizowane w okresie objętym kontrolą przez komórki organizacyjne Urzędu polegały m.in. na przygotowaniu lub współorganizowaniu imprez i konkursów, zakupie gadżetów promocyjnych, udziale w zagranicznych targach rolnych, zakupie wydawnictw (albumów, kalendarzy, przewodników) promujących powiat kielecki.

**3.** W okresie objętym kontrolą wydatki na działalność w zakresie promocji powiatu pozostawały na niezmiennym poziomie. W 2010 r. wyniosły 378,2 tys. zł, a w 2011 r. (III kwartały) 223 tys. zł, co stanowiło odpowiednio 0,28% i 0,26% wydatków ogółem. Dla porównania w latach 2007-2009 udział wydatków na promocję w wydatkach ogółem wynosił w każdym roku: 0,23%, 0,28% i 0,19%. Wśród wydatków dominowały zakupy usług (w paragrafie 430) i zakupy materiałów i wyposażenia (w paragrafie 421).

Z wyjaśnień Pana Starosty wynikało, że analiza efektów i korzyści działań promocyjnych polegała na prowadzeniu monitoringu środków masowego przekazu (odnośnie pojawiających się informacji o powiecie). Zdaniem Pana Starosty o efektach tej działalności i zainteresowaniu działalnością powiatu świadczy także liczba odbiorców gazetki „Kalejdoskop Powiatu Kieleckiego” wydawanej w nakładzie 3 tys. egzemplarzy czy liczba odsłon poszczególnych artykułów zamieszczonych na stronie internetowej powiatu. NIK zwraca jednak uwagę, że rzetelna ocena podejmowanych działań pod kątem ich efektywności oraz realizacji założonych celów powinna odbywać się w oparciu o określone, wymierne wskaźniki.

4. Szczegółowe badanie 10 wydatków na łączną kwotę 79,7 tys. zł (13% wydatków na promocję w okresie objętym kontrolą) wykazało, że prawidłowo klasyfikowano, ewidencjonowano i rozliczano wydatki na działalność promocyjną. Sfinansowane nimi zadania miały charakter promocji.

Zadania zlecane przez powiat w zakresie promocji nie przekraczały równowartości kwoty 6.000 euro, powyżej której – zgodnie z obowiązującym w Starostwie do lipca 2011 r. regulaminem – należało przeprowadzić procedurę związaną z udzieleniem zamówień publicznych.

W okresie objętym kontrolą wydawany był przez powiat informator pn. „Kalejdoskop Powiatu Kieleckiego”, na który wydatkowano 26,8 tys. zł w 2010 r. oraz 24,2 tys. zł w I półroczu 2011 r. Aktualizacją i utrzymaniem strony internetowej [www.powiat.kielce.pl](http://www.powiat.kielce.pl) zajmowali się pracownicy Zespołu ds. Informatyzacji Starostwa w ramach zakresu czynności. W 2010 r. poniesiono dodatkowo koszty związane z udźwiękowieniem strony internetowej w wysokości 1,9 tys. zł oraz 4,5 tys. zł za udostępnianie internetowej platformy telewizyjnej [kielecki.tv-t.pl](http://kielecki.tv-t.pl).

W związku z zaproszeniem miasta z powiatu partnerskiego w Niemczech, delegacja Starostwa brała udział w spotkaniach podczas targów rolnych w Plauen. Koszty podróży służbowych pracowników Starostwa i radnego powiatu w celach promocji na targach wyniosły łącznie 4.085,35 zł w 2010 r. (pięć osób) oraz 3.709,07 zł w 2011 r. (cztery osoby).

W wyniku analizy rozliczenia kosztów ww. delegacji zagranicznych stwierdzono, że we wszystkich wystąpiły przypadki niezasadnego rozliczania diet w pełnej wysokości (nie pomniejszono ich o 15% za śniadania zapewnione w ramach usługi hotelowej). Ustalono też, że w dwóch przypadkach nieprawidłowo wyliczono czas trwania podróży służbowej, a w związku z tym przyjęto do rozliczenia 9 diet zamiast 8,3 oraz 9,5 diet zamiast 9. Powyższe było niezgodne 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 kraju<sup>2</sup>. W wyniku niewłaściwego rozliczenia ww. delegacji, w 2010 i 2011 r. koszty podróży służbowych zostały zawyżone łącznie o 1.048,12 zł.

---

<sup>2</sup> Dz.U. Nr 236, poz. 1991 ze zm.

Ponadto koszty podróży służbowej radnego (w wysokości 680,89 zł) wykazano w paragrafie 442 (*Podróże służbowe zagraniczne*), podczas gdy rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 2 marca 2010 r. w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych<sup>3</sup> stanowi, że właściwy do ujęcia tego wydatku jest paragraf 303 (*Różne wydatki na rzecz osób fizycznych*), który obejmuje m.in. zwrot kosztów podróży radnym jednostek samorządu terytorialnego.

6. W 2010 r., na podstawie umowy z dnia 26 marca 2010 r. zawartej pomiędzy powiatem kieleckim a województwem świętokrzyskim (Instytucją Zarządzającą Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Świętokrzyskiego) realizowany był projekt pn. „Turystyczna i gospodarcza kampania promocyjna Powiatu Kieleckiego” o wartości łącznie 1.450 tys. zł (z tego 1.000 tys. zł dofinansowanie ze środków UE). Celem projektu było stworzenie systemu informacji i promocji turystycznej oraz gospodarczej powiatu kieleckiego. W wyniku realizacji projektu powstały nowe produkty turystyczne, tj. gabloty informacyjne (19 sztuk), tablice przy obiektach (31 sztuk), odnowiono piesze szlaki turystyczne (313 km długości), stworzono wirtualny spacer po powiecie kieleckim, wydano przewodniki turystyczne w trzech językach (po 1.500 sztuk w wersji niemieckiej i angielskiej oraz 3.000 sztuk w języku polskim), odbyła się również promocja i reklama w internecie.

W związku z monitorowaniem rezultatów projektu Starostwo zebrało informacje na temat ruchu turystycznego od Stowarzyszenia Ziemia Świętokrzyska w Kielcach, Świętokrzyskiego Parku Narodowego w Bodzentynie i Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej w Kielcach. Jako jeden z kluczowych wskaźników rezultatu w projekcie przyjęto liczbę osób korzystających z produktów turystycznych. Na 2010 r. i 2011 r. założono, że wskaźnik ten osiągnie wartość ponad 2 mln osób (do blisko 3 mln w 2015 r.). Wskazane wyżej jednostki potwierdziły natomiast liczbę około 250 tys. odwiedzających w 2010 r., tj. 12,5 % wartości tego wskaźnika. Wynikało to prawdopodobnie z określenia za wysokiej wartości docelowej wskaźnika rezultatu lub nierzetelnego jego monitorowania.

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

- 1) wdrożenie narzędzi służących do monitoringu i oceny efektywności podejmowanych działań promocyjnych;
- 2) podjęcie działań w celu odzyskania kwoty 1.048,12 zł z tytułu nieprawidłowego rozliczenia kosztów podróży służbowych.

\* \* \*

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

---

<sup>3</sup> Dz.U. Nr 38, poz. 207 ze zm.

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 Staroście 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.