



**Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Kielcach**

Kielce, dnia listopada 2011 r.

**Pan
Jarosław Wilczyński
Prezydent Miasta
Ostrowca Świętokrzyskiego**

LKI-4101-12-04/2011
P/11/005

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 w Ostrowcu Świętokrzyskim (*Urząd*) kontrolę w zakresie działań promocyjnych prowadzonych przez gminę Ostrowiec Świętokrzyski w latach 2007 – 2011 (I półrocze).

W związku z kontrolą, której wyniki zostały przedstawione w protokole kontroli podpisanym w dniu 22 listopada 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 60 ustawy o NIK, przekazuje Panu Prezydentowi niniejsze wystąpienie pokontrolne.

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia działalność Prezydenta Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego w zakresie objętym kontrolą.

Ocenę tę uzasadnia:

- podejmowanie działań mających na celu promocję miasta, określonych w *Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski (Strategia)*;
- prawidłowe przeprowadzenie postępowań o udzielenie zamówień publicznych, dotyczących zlecenia podmiotom zewnętrznym działań promocyjnych;
- pozyskanie środków unijnych na dofinansowanie części wydatków związanych z wykonaniem projektu pn. *Kampania promocyjna miasta Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie*;
- terminowe regulowanie zobowiązań finansowych na rzecz wykonawców, w związku z realizacją działań promocyjnych;
- prawidłowe klasyfikowanie, ewidencjonowanie i rozliczanie wydatków na działalność promocyjną.

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

1. Uchwałą Nr XXIII/304/2008 z dnia 30 maja 2008 r. Rada Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego przyjęła *Strategię Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski*.

W *Strategii* określono cele (strategiczne, szczegółowe) działań promocyjnych, w tym m.in. w zakresie atrakcyjności inwestycyjnej, handlu i usług, turystyki oraz sposoby osiągnięcia tych celów. Efekty działań promocyjnych wykazywano po zrealizowaniu zadania przewidzianego w dokumencie strategicznym, np.:

- pozyskanie nowych inwestorów w branży szwalniczej, co skutkowało stworzeniem 178 nowych miejsc pracy;
- zwiększenie liczby działań promocyjnych służących wzbogacaniu oferty turystycznej, co pozwoliło w 2010 r. na wzrost liczby osób korzystających z systemu informacji turystycznej oraz organizowanych imprez turystycznych.

W okresie objętym kontrolą podejmowano działania promocyjne przewidziane w *Strategii* dotyczące wzrostu znaczenia gospodarczego miasta, poprzez rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz wzrost inwestycji, wzrost atrakcyjności inwestycyjnej miasta, jak również jego znaczenia w kraju i zagranicą.

Promocją objęto także zadania związane z kreowaniem pozytywnego wizerunku miasta wśród jego mieszkańców i na zewnątrz, umacniania roli Ostrowca Świętokrzyskiego, jako centrum usług finansowo-gospodarczych, edukacyjnych, społecznych, kulturalnych, sportowo-rekreacyjnych i rozrywkowych.

Z wyjaśnień osób odpowiedzialnych za prowadzenie działalności promocyjnej wynikało, że nie zawsze dla podejmowanych działań promocyjnych można było określić mierniki, które mogłyby stanowić podstawę do wyliczenia efektów działań promocyjnych. Takimi działaniami promocyjnymi były wyjazdy służbowe w ramach umów partnerskich między Ostrowcem Świętokrzyskim a Białą Cerkwią na Ukrainie i Gennevilliers we Francji oraz wyjazdy w ramach organizowanych targów. W okresie objętym kontrolą w ramach wymiany partnerskiej w Ostrowcu Świętokrzyskim przebywała 18 osobowa delegacja młodzieży z zaprzyjaźnionego miasta Gennevilliers. W Białej Cerkwi przebywali lekkoatleci z Miejskiego Uczniowskiego Klubu Sportowego THM. W Międzynarodowym Turnieju Siatkówki Kobiet o Puchar Prezydenta Miasta z okazji Dni Ostrowca Św. 2010 uczestniczyły dziewczęta z Liceum Sportowego z Białej Cerkwi.

2. W latach 2007 – 2010 wydatki na działalność promocyjną Gminy zwiększyły się z 307,1 tys. zł do 1.318,0 tys. zł. Udział tych wydatków, w wydatkach ogółem Gminy zwiększył się z 0,22% w 2007 r. do 0,63% w 2010 r. W I półroczu 2011 r. wydatki wyniosły 225,6 tys. zł, co stanowiło 44,7% planowanych na ten cel wydatków w 2011 r.

Na koniec 2010 r. i I półrocza 2011 r. Gmina terminowo realizowała zobowiązania finansowe związane z prowadzeniem promocji.

3. Zgodnie z regulaminem organizacyjnym *Urzędu*, prowadzeniem spraw z zakresu promocji Gminy zajmował się Wydział Rozwoju i Promocji Gospodarczej oraz Biuro Prezydenta Miasta. Pracownicy zatrudnieni w tych komórkach organizacyjnych posiadali wykształcenie i doświadczenie w zakresie wykonywania czynności związanych z promocją jednostki samorządu terytorialnego.

Do zadań pracowników Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej należało m.in. gromadzenie, opracowywanie oraz aktualizowanie informacji o możliwościach lokalizacji inwestycji na terenie Gminy i organizowanie misji gospodarczych. Pracownicy Biura Prezydenta Miasta zajmowali się m.in. wykonywaniem prac w zakresie przygotowania i redagowania strony internetowej *Urzędu* oraz miejskiego informatora samorządowego, organizowaniem lokalnych imprez promocyjnych i prowadzeniem promocji Gminy poprzez sport.

4. Badaniami kontrolnymi objęto trzy zamówienia publiczne dotyczące promocji gminy Ostrowiec Świętokrzyski, udzielone „KSZO” Sportowej Spółce Akcyjnej, Klubowi Sportowemu „KSZO” i Agencji Reklamowej HALO. Postępowania w sprawie tych zamówień przeprowadzone zostały zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych².

W umowach prawidłowo zabezpieczono interesy Gminy, w tym dotyczące należytego wykonania zadań, poprzez obowiązek składania sprawozdań z realizacji zadania, ustanowienie kar umownych za niewykonanie lub nieterminowe wykonanie umowy.

Przy udzielaniu zamówień publicznych o wartości nieprzekraczającej równowartości 14 tys. euro, stosowano procedury określone przez Prezydenta Miasta w okólniku z dnia 22 czerwca 2007 r.

5. Gmina Ostrowiec Świętokrzyski zawarła w dniu 26 czerwca 2010 r. umowę z Zarządem Województwa Świętokrzyskiego o dofinansowanie realizacji w okresie od 8 lutego do 9 sierpnia 2010 r. projektu pn. *Kampania promocyjna miasta Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie (Projekt)* w ramach *Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego 2007 – 2013*. Całkowita wartość projektu wyniosła 622,9 tys. zł, w tym środki europejskie (w kwocie 294,7 tys. zł) stanowiły 47% całkowitych wydatków kwalifikowalnych, natomiast wkład własny beneficjenta, tj. gminy Ostrowiec Św. (w kwocie 328,2 tys. zł) – 53% kwoty tych wydatków.

Wszystkie zamierzenia przewidziane w projekcie zostały osiągnięte, w tym m.in. utworzono portal internetowy prezentujący w języku polskim, francuskim i angielskim aktywny i alternatywny wizerunek Ostrowca Świętokrzyskiego, wydano płytę promującą Gminę (15 tys. egz.), przewodnik po mieście i okolicy (20 tys. egz.), współorganizowano imprezę pn. *Piknik Gombrowiczowski 2010*, uczestniczono w Targach *Lato 2010* w Warszawie, na terenie miasta i okolicy rozmieszczono tablice informacyjne.

6. Badaniem kontrolnym w zakresie prawidłowości klasyfikowania, ewidencjonowania i rozliczania wydatków na działalność promocyjną, sfinansowaną ze środków własnych gminy, objęto dokumentację 16 działań promocyjnych realizowanych w latach 2007 – 2011 (I półrocze), w tym faktury dotyczące realizacji poszczególnych działań promocyjnych. Stwierdzono, że każda z faktur sprawdzona była pod względem merytorycznym i formalno-rachunkowym oraz zawierała dekretację o zakwalifikowaniu określonego wydatku do wypłaty ze środków budżetowych działu 750 *Administracja publiczna*, rozdział 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego* oraz rozdział 75095 *Pozostała działalność*.

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

Na fakturach podany był właściwy paragraf klasyfikacji budżetowej dla danego wydatku, tj. zgodnie z rozporządzeniem Ministra Finansów z 2 marca 2010 r. w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków, przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych³. Na dekretach znajdowały się podpisy głównego księgowego (skarbnika gminy) i kierownika jednostki (Prezydenta Miasta).

Wobec niestwierdzenia nieprawidłowości, Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje wniosków pokontrolnych.

* * *

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 zawartych w tym wystąpieniu.

W przypadku zgłoszenia zastrzeżeń zostaną one rozpatrzone przez właściwą komisję NIK.

³ Dz. U. Nr 38, poz. 207 ze zm.