



**Najwyższa Izba Kontroli  
Delegatura w Opolu**

Opole, dnia 1 grudnia 2011 r.

**Pan  
Józef Sebesta  
Marszałek Województwa Opolskiego**

LOP-4101-17-01/2011  
P/11/005

**WYSTĄPIENIE POKONTROLNE**

Na podstawie art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. *o Najwyższej Izbie Kontroli*<sup>1</sup>, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Opolu przeprowadziła w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Opolskiego<sup>2</sup> kontrolę prowadzenia działań promocyjnych Województwa Opolskiego w okresie od 1 stycznia 2010 r. do 30 września 2011 r.

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 Marszałkowi niniejsze wystąpienie pokontrolne.

**Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działania promocyjne prowadzone w okresie objętym kontrolą przez Zarząd Województwa Opolskiego.**

---

<sup>1</sup> Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm., dalej: ustawa o NIK

<sup>2</sup> Dalej: Urząd

Powyższą ocenę ogólną uzasadniają następujące ustalenia kontroli i wynikające z nich oceny częściowe.

1. NIK ocenia pozytywnie planowanie działań promocyjnych przez Zarząd Województwa Opolskiego. Działania te ujęte w planach rzeczowo-finansowych na 2010 r. oraz na 2011 r. były spójnie z kierunkami i wskazaniem zawartymi w *Strategii rozwoju województwa opolskiego i Strategii marki regionu opolskiego wraz z systemem identyfikacji wizualnej i werbalnej oraz planem wdrożenia strategii definiującym działania komunikacyjne dotyczące marki*, przyjętymi do realizacji (odpowiednio: w październiku 2005 r. i w grudniu 2007 r.) przez organy samorządowe województwa. Z ww. opracowań wynikało, że celem działań promocyjnych jest budowa silnej marki regionalnej, z którą mogliby utożsamiać się mieszkańcy regionu i która byłaby doceniana także poza regionem.

W wymienionych opracowaniach i planach nie wskazano jednak potencjalnych i oczekiwanych efektów/korzyści z prowadzonej promocji. W ocenie NIK, utrudnia to dokonanie oceny skuteczności zrealizowanych działań i efektywności wydatkowanych środków finansowych.

Urząd był rzetelnie przygotowany do planowania i realizacji zadań promocyjnych, którą powierzono pięciu pracownikom Departamentu Współpracy z Zagranicą i Promocji Regionu<sup>3</sup> oraz sześciu pracownikom Departamentu Kultury, Sportu i Turystyki<sup>4</sup> w części dotyczącej umów zawieranych z organizacjami sportowymi. Pracownicy ci posiadali odpowiednie kwalifikacje do realizacji zadań wskazanych w ich zakresach czynności.

W Urzędzie prowadzono monitoring realizacji działań promocyjnych. Monitoring ten obejmował realizację oraz finansowanie zadań ujętych w planach, a jego wyniki były prezentowane w sprawozdaniach merytoryczno-finansowych sporządzanych i przedkładanych w okresach półrocznych Skarbnikowi Województwa Opolskiego. Prawidłowo monitorowano także realizację zadań promocyjnych prowadzonych przez organizacje sportowe (z którymi zawarto 19 umów w 2010 r. i 16 umów w 2011 r.). W aktach poszczególnych spraw znajdowały się m.in. notatki służbowe z wizytacji w których potwierdzano wykonanie zadań. Stwierdzono jednak, że w sprawozdaniach merytoryczno-finansowych jako wydatki poniesione na działania promocyjne wykazywano wyłącznie kwoty wynikające z zapisów ewidencji księgowej w rozdziale 75075, tj. kwoty 2 150 380 zł w 2010 r. i 1 147 495 zł za trzy kwartały 2011 r. Pominięto w ten sposób inne wydatki poniesione na ww. cel, tj. wydatki dotyczące delegacji krajowych i zagranicznych związanych z realizacją zadań promocyjnych,

---

<sup>3</sup> Zwany dalej: DWZiPR

<sup>4</sup> Zwany dalej: DKSiT

które księgowano w rozdziale 75018 §§4410 i 4420 (nie mniej niż 12 682 zł w 2010 r. i 4 543 zł w okresie trzech kwartałów 2011 r.), wydatki na promocję w internecie, których nie wyodrębniano z ogólnych wydatków na utrzymanie strony internetowej (40 992 zł za 2010 r.), a także wydatki bieżące dotyczące opracowań związanych z promowaniem programów zamieszczanych na stronie internetowej (w tym kosztów zatrudnienia). Zatem informacje o wydatkach na promocję zawarte w przedkładanych organom samorządowym sprawozdaniach były niepełne.

2. NIK ocenia pozytywnie podejmowane próby dokonania przez organy statutowe Województwa Opolskiego ocen efektów/skuteczności działań promocyjnych. Zarząd Województwa Opolskiego na posiedzeniu w dniu 6 czerwca 2011 r. dokonał analizy działań promocyjnych w oparciu o sporządzoną przez DWZiPR informację za okres od 1 stycznia 2010 r. do 30 kwietnia 2011 r. Informacja ta była przedmiotem obrad Komisji Współpracy z Zagranicą i Promocji Regionu Sejmiku Województwa Opolskiego. Zawarto w niej dane o ponad siedemdziesięciu imprezach, targach, konkursach, konferencjach popularnonaukowych, turniejach itp. ze wskazaniem działań promocyjnych podejmowanych w trakcie ich trwania. Kontrola NIK wykazała jednak, że brak było w niej danych o efektach tych działań (wymiernych lub szacunkowych). Na powyższe uwagę zwróciła również Komisja Współpracy z Zagranicą i Promocji Regionu na posiedzeniu w dniu 17 czerwca 2011 r., wnioskując do Zarządu m.in. o wprowadzenie ewaluacji działań promocyjnych w zakresie ich skuteczności.

W Urzędzie w okresie od 2007 r. do czasu kontroli NIK (21 listopada 2011 r.) nie ustalono mierników i metodologii oceny efektów/skuteczności działań promocyjnych. Odpowiedzialne departamenty nie przeprowadzały udokumentowanych ocen skuteczności prowadzonych działań promocyjnych, na których realizację wydatkowano<sup>5</sup> 2 163 tys. zł w 2010 r. i 1 152 tys. zł w okresie trzech kwartałów 2011 r. NIK zwraca uwagę, że wydatkowanie środków publicznych bez oceny spodziewanych efektów/korzyści na etapie planowania i oceny ich realizacji uniemożliwiło dokonanie analizy planowanych wydatków w kontekście zasad określonych w art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o *finansach publicznych*<sup>6</sup>. Najwyższa Izba Kontroli, ocenia, że rzetelna realizacja wniosku Komisji Współpracy z Zagranicą i Promocji Regionu Sejmiku Województwa Opolskiego przyczyni się do wyeliminowania stwierdzonego uchybienia.

---

<sup>5</sup> z uwzględnieniem wydatków na delegacje

<sup>6</sup> Dz. U. Nr 157, poz. 1240 ze zm.

**3.** NIK ocenia pozytywnie prawidłowość zlecenia zadań promocyjnych podmiotom zewnętrznym. Kontrola 15 płatności zaksięgowanych w rozdziale 75075 na kwotę 415 425 zł (12,5 % wydatków na ten cel poniesionych w okresie objętym kontrolą NIK), dotyczących działań promocyjnych (najmu oraz zakupów usług i materiałów) nie wykazała nieprawidłowości. Umowy i zamówienia zostały zawarte przez upoważnione osoby – zgodnie z wewnętrznymi unormowaniami zawartymi w zarządzeniu Nr 129/2007 Marszałka Województwa Opolskiego. Ewidencja księgową wydatków na promocję prowadzona była zgodnie z zasadami klasyfikacji budżetowej i przyjętą polityką rachunkowości.

Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Opolu, na podstawie art. 62 ust. 2 ustawy o NIK, oczekuje przedstawienia przez Pana Marszałka, w terminie 14 dni od otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, informacji o sposobie wykorzystania uwag.

Zgodnie z treścią art. 61 ust. 1 ustawy o NIK, w terminie 7 dni od dnia otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego przysługuje Panu prawo zgłoszenia na piśmie do Dyrektora Delegatury Najwyższej Izby Kontroli w Opolu umotywowanych zastrzeżeń w sprawie ocen i uwag zawartych w tym wystąpieniu.

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