



**Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Rzeszowie**

Rzeszów, dnia 15 grudnia 2011 r.

**Pan
Andrzej Chrabąszcz
Starosta
Powiatu Mieckiego**

LRZ-4101-18-01/2011
P/11/005

Na podstawie art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o *Najwyższej Izbie Kontroli* (Dz. U. z 2007 r., Nr 231 poz. 1701 ze zm.) zwanej dalej ustawą o NIK, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie przeprowadziła w Starostwie Powiatowym w Mielcu, kontrolę działań promocyjnych Zarządu Powiatu w latach 2010 – 2011 (I półrocze).

W związku z kontrolą, której wyniki przedstawiono w protokole kontroli, podpisanym w dniu 28 listopada 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie, stosownie do art. 60 ust. 1 ustawy o NIK, przekazuje Panu Staroście niniejsze

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia działalność Zarządu Powiatu w Mielcu w zakresie promowania Powiatu Mieckiego w 2010 r. i I połowie 2011 r. Stwierdzone uchybienia nie miały wpływu na ogólną ocenę kontrolowanej działalności.

W kontroli ustalono, że działalność promocyjna Powiatu prowadzona była zgodnie ze *Strategią oraz zmodyfikowanym planem rozwoju lokalnego Powiatu Mieckiego na rok 2006 oraz na lata 2007 do 2013 (Strategią)* i rocznymi *Planami działań promocyjnych Powiatu Mieckiego*. Od 2009 roku w Powiecie trwają prace nad opracowaniem *Strategii promocji*. W trakcie opracowywania tego dokumentu dokonano analizy potrzeb w zakresie działań promocyjnych. Obecnie dokument ten dostosowywany jest do możliwości finansowych i logistycznych Powiatu.

W kontroli ustalono, że w opracowanych i przyjętych do stosowania dokumentach planistycznych i sprawozdawczych Powiat nie ustalił mierników oceny efektów działań promocyjnych, niezbędnych do określenia uzyskanych korzyści z prowadzonej działalności. Formy oceny i analizy efektywności przedmiotowych działań prowadzone przez Powiat nie pozwalają na precyzyjne określenie zakładanych, a następnie – osiągniętych efektów realizowanych działań. Nie pozwalają one również na sprecyzowanie, czy zakładane cele prowadzonych działań zostały osiągnięte.

Zgodna ze *Strategią* i planami rocznymi działalność promocyjna została przypisana w Starostwie do zadań Wydziału Funduszy, Rozwoju i Promocji Powiatu (Wydziału Promocji). W Wydziale tym dwie osoby zajmowały się wyłącznie prowadzeniem działalności promocyjnej, trzecia osoba – oprócz działalności promocyjnej – wykonywała także inne zadania. Wszystkie osoby odpowiedzialne za prowadzenie działalności promocyjnej, posiadały odpowiednie kwalifikacje w zakresie realizowanych zadań. Wydział Promocji samodzielnie prowadził działalność promującą Powiat, organizując imprezy o zasięgu powiatowym, ogólnopolskim i międzynarodowym, np.: *Być Kobietą, W krainie uśmiechu, Chopin jakiego nie znacie, Mieleckie różnaitości folkowe*. Promocję zewnętrzną, mającą na celu wypromowanie potencjału gospodarczego, kulturalnego i turystycznego Powiatu w kraju i za granicą, prowadzono także uczestnicząc np. w Małopolskiej Giełdzie Agroturystycznej w Krakowie, AGROBIESZCZADY 2010 – XV Targi Rzemiosła i Przedsiębiorczości w Lesku oraz w podobnych giełdach i targach. Na stronie internetowej umieszczano fotoreportaże z imprez, których tematyka była ważna ze względu na promocję Powiatu, a także aktualizowano informacje, dotyczące najważniejszych wydarzeń kulturalnych, gospodarczych, jak również oficjalnych spotkań władz powiatu mieleckiego. Poprzez organizację takich imprez jak: *Piknik Rodzinny, Jarmark Wielkanocny, Powiatowe Mistrzostwa Pierogowe, Powiatowy Festyn Rodzinny* prowadzono promocję wewnętrzną, mającą na celu budowanie korzystnego wizerunku Powiatu oraz kreowanie świadomości lokalnej mieszkańców. W działaniach promocyjnych, których celem było podtrzymanie tradycji regionu, poprawa wizerunku polskiej wsi oraz pokazanie walorów zespołów lokalnych, Powiat współpracował z innymi samorządami i organizacjami takimi jak: gminy regionu, lokalne stowarzyszenie kobiet, ZHP.

Najwyższa Izba Kontroli stwierdziła, że w latach 2007 - 2011 Powiat planował i wydatkował środki finansowe na działalność promocyjną. W roku 2007 udział zrealizowanych wydatków na promocję w wydatkach ogółem wyniósł 0,11%, w roku 2008 – 0,20%, a w roku 2009 i w roku 2010 – po 0,18%. Wydatki planowane na działalność

promocyjną w 2010 r. i 2011 r. zostały prawidłowo zaklasyfikowane i ujęte w ewidencji budżetowej Powiatu. Zmiany, w ramach wydatków na promocję, dokonane w budżecie Powiatu na 2010 r., zostały prawidłowo zaewidencjonowane. Jednostka prawidłowo rozliczała środki finansowe, wykorzystane na działalność promocyjną Powiatu.

Przedstawiając Panu Staroście powyższe uwagi i oceny, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie, działając na podstawie art. 60 ust. 2 ustawy o NIK, wnosi o rozważenie:

- opracowania i przyjęcia mierników efektów działań promocyjnych, które umożliwiłyby dokonywanie ocen skuteczności tych działań.

Stosownie do art. 62 ustawy o NIK, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie oczekuje od Pana Starosty, w terminie 14 dni od otrzymania niniejszego wystąpienia, informacji o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosku, bądź o podjętych działaniach na rzecz realizacji wniosku lub przyczynach niepodjęcia takich działań.

Na podstawie art. 61 ust. 1 ustawy o NIK, w terminie 7 dni od dnia otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, przysługuje Panu Staroście prawo zgłoszenia do Dyrektora Delegatury Najwyższej Izby Kontroli w Rzeszowie umotywowanych zastrzeżeń w sprawie ocen, uwag i wniosku, zawartych w tym wystąpieniu.

W razie zgłoszenia zastrzeżeń, termin nadesłania informacji, o której mowa wyżej, liczy się od dnia otrzymania ostatecznej uchwały w sprawie ich rozpatrzenia.