



**Najwyższa Izba Kontroli  
Delegatura w Rzeszowie**

Rzeszów, dnia 15 grudnia 2011 r.

**Pan  
Mirośław Karapyta  
Marszałek  
Województwa Podkarpackiego**

LRZ – 4101-18-04/2011  
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 Urzędzie Marszałkowskim Województwa Podkarpackiego kontrolę działań promocyjnych Województwa Podkarpackiego w latach 2010 – 2011 (I półrocze).

W związku z ustaleniami przedstawionymi w protokole kontroli, podpisanym w dniu 7 grudnia 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie na podstawie art. 60 ust. 1 ustawy o NIK, przekazuje Panu Marszałkowi niniejsze

**WYSTĄPIENIE POKONTROLNE**

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia działania Marszałka w zakresie promocji Województwa w 2010 r. i w I półroczu 2011 r., z uchybieniami dotyczącym braku rzetelnego nadzoru nad realizacją i rozliczeniem takich działań, zleconych podmiotom zewnętrznym.

W kontroli ustalono, że w okresie od 1 stycznia 2007 r. do 27 lutego 2011 r. Województwo nie posiadało strategii promocji, gdyż *Program Promocji Województwa Podkarpackiego na lata 2004-2006* – przyjęty uchwałą Nr XX/209/04 Sejmiku Województwa z dnia 23 lutego 2004 r. – nie został zaktualizowany na dalsze lata. Podjęte przez Województwo w 2009 r. działania, w celu opracowania *Strategii kreacji i promocji marki województwa podkarpackiego z planem wdrożenia strategii w latach 2010-2013* (umowa

z dnia 10 czerwca 2009 r., zawarta z Polską Agencją Rozwoju Turystyki S. A. w Warszawie) nie powiodły się. Wykonawca nie wywiązał się z terminowego wykonania umowy, która – w związku z tym – została przez Województwo rozwiązana.

W lutym 2011 r. Sejmik Województwa podjął uchwałę w sprawie ustanowienia znaku promocyjnego Województwa Podkarpackiego i zasad jego używania. Ustanowił w niej, m. in.: formę graficzno – słowną tego znaku, oraz określił, że służy on do promocji regionu, zgodnie ze *Strategią kreacji i promocji marki województwa podkarpackiego z planem wdrożenia strategii w latach 2010-2015 (Strategia marki)*. Województwo, wg stanu na dzień rozpoczęcia kontroli, posiadało następujące opracowania strategiczne: *Zaktualizowaną Strategię rozwoju województwa podkarpackiego na lata 2007-2020; Strategię Rozwoju Turystyki dla Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013; Regionalną Strategię Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2005-2013.*

W kontroli ustalono, iż *Strategia marki* była spójna z ww. *Strategiami* i określała cele strategiczne związane z: gospodarką (wypromowanie regionu jako centrum przemysłu lotniczego, łączenia świata biznesu ze światem nauki, wypromowanie najbardziej innowacyjnych i nowoczesnych firm regionu); turystyką (m.in. wypromowanie różnych form turystyki, oferty turystycznej województwa jako turystycznego produktu całorocznego, oferty w formie pakietów); kulturą (m.in. wypromowanie województwa jako regionu łączącego trzy kraje: Polskę, Słowację, Ukrainę i korzystającego z ich wpływów kulturowych) oraz jakością życia (wypromowanie kierunków studiów, związanych z lotnictwem i nowoczesnymi technologiami oraz czystym środowiskiem).

W ocenie Najwyższej Izby Kontroli, obowiązujące w Urzędzie od II kwartału 2011 r. rozwiązania organizacyjne, dotyczące prowadzenia działań promocyjnych – w szczególności przypisanie koordynacji tych działań jednej komórce organizacyjnej – powinny zapewnić prawidłową realizację zadań, dotyczących promocji Województwa.

W kontroli ustalono, że zadania w zakresie promocji Województwa w 2010 r. realizowały trzy komórki organizacyjne Urzędu: Departament Promocji, Turystyki i Sportu zwany Departamentem Promocji (w 2011 r. Departament Promocji i Turystyki), zajmujący się także turystyką, promocją gospodarczą i sportem; Departament Rolnictwa i Środowiska zwany Departamentem Rolnictwa (w 2011 r. Departament Rolnictwa i Gospodarki Wodnej), promujący m. in. zdrową żywność ekologiczną oraz Gabinet Marszałka, zajmujący się m.in. promocją zagraniczną. W 2011 r. promocją Województwa zajmowały się te same komórki organizacyjne co w 2010 r., z wyjątkiem promocji gospodarczej, która przeszła do zadań Departamentu Strategii i Planowania Przestrzennego. Od dnia 31 marca 2011 r. w Gabinetecie

Marszałka funkcjonował Oddział koordynacji działań promocyjnych i polityki informacyjnej Województwa, którego zadaniem była m. in. koordynacja wszystkich działań promocyjnych podejmowanych przez komórki organizacyjne Urzędu. Pracownicy, zajmujący się promocją w 2011 r. w Departamencie Promocji oraz w Gabinetcie Marszałka posiadali stosowne przygotowanie zawodowe.

Najwyższa Izba Kontroli stwierdza, iż planowane wydatki na promocję Województwa były ujęte w uchwałach budżetowych Sejmiku Województwa na 2010 r. i 2011 r., zgodnie z przepisami rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 2 marca 2010 r. w sprawie *szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków, przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych* (Dz. U. Nr 38, poz. 207 ze zm.).

W kontroli ustalono, że w ww. uchwałach Sejmiku, w dziale 750, w rozdziale 75075 klasyfikacji budżetowej zaplanowano wydatki na promocję Województwa w kwotach: 6.493.428 zł na 2010 r. i 11.185.804 zł – na 2011 r. W tym samym rozdziale ujęte zostały zadania promocyjne, planowane przez komórki organizacyjne Urzędu, w ich zakresach rzeczowo - finansowych realizowanych zadań.

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia działania Marszałka, podjęte w 2009 r. i 2011 r. w celu ustalenia efektów działalności promocyjnej, prowadzonej przez Oddział Turystyki Departamentu Promocji.

W kontroli ustalono, że Oddział Turystyki Departamentu Promocji planował działania promocyjne w oparciu o *Strategię Rozwoju Turystyki dla Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013*. Efekty działań promocyjnych tego Oddziału można było w 2011 r. ustalić na podstawie wyników badań ruchu turystycznego, przeprowadzonych w 2009 r. oraz w oparciu o takie badania w 2011 r. W trakcie kontroli NIK został opracowany raport I części badań, który wykazywał, m. in. wzrost udziału: obcokrajowców, zwiedzających Podkarpacie, o 4 pkt procentowe (w stosunku do 2009 r.), osób odwiedzających ten region powyżej 46 roku życia (prawdopodobnie na skutek eksponowania oferty uzdrowiskowej na targach turystycznych), odwiedzających województwo podkarpackie po raz kolejny, korzystających z hoteli, a także – wydłużony czas pobytu odwiedzających ten region.

Najwyższa Izba Kontroli jako *dobrą praktykę* ocenia poszerzenie oferty turystycznej Województwa o ofertę transgraniczną, wykorzystującą położenie Podkarpacia oraz jego walorów przyrodniczych (szlak rowerowo-samochodowy, szlak Dobrego Wojaka Szwejka - wytyczony w województwie podkarpackim, na Ukrainie i na Słowacji). Działania te wynikały ze *Strategii Rozwoju Turystyki dla Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2013*.

W kontroli ustalono, że w 2010 r. zlecono 91 podmiotom zewnętrznym zadania, dotyczące promocji Województwa, a w 2011 r. takie zadania zlecono 45 podmiotom zewnętrznym. Zadania zlecone tym podmiotom, dotyczyły wszystkich stosowanych form promocji, m.in.: uczestnictwa w targach krajowych i międzynarodowych, organizacji objazdów turystycznych dla dziennikarzy i touroperatorów (krajowych i zagranicznych), działań promocyjnych na imprezach sportowych oraz przy wykorzystaniu przewoźników lotniczych, prezentacji i degustacji żywności pochodzącej z gospodarstw ekologicznych i tradycyjnych oraz druku i wykonania materiałów promocyjnych, emisji audycji radiowych i telewizyjnych.

Najwyższa Izba Kontroli stwierdza, na podstawie dokumentacji 10 sprawdzonych zadań promocyjnych, zrealizowanych w 2010 r. przez Departament Promocji, iż nadzór nad realizacją i rozliczeniem 5 z tych zadań był nierzetelny.

W trakcie kontroli dokonano analizy dokumentacji 10 zadań zleconych w 2010 r. o najwyższych kwotach ich realizacji. Sprawdzono zgodność wykonania tych zadań z zapisami zawartej z Wykonawcą umowy, sposób nadzorowania ich realizacji oraz rozliczenia i – w 5 przypadkach – stwierdzono niżej wymienione nieprawidłowości:

1) w 2010 r. wydatkowano kwotę 933.625 zł, z tytułu świadczenia usług marketingowych przez Airport Marketing Services Limited, spółkę irlandzką – na podstawie *Umowy o zwolnienie od obowiązku świadczenia*, zawartej w dniu 4 maja 2006 r. przez Województwo z Rzeszowską Agencją Rozwoju Regionalnego S.A. w Rzeszowie (RARR). Obowiązujący w 2010 r. zakres usług obejmował: *odpowiednią przestrzeń na rzeszowskiej stronie docelowej [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com) dla czterech paragrafów o długości 150 słów w ramach sekcji Top Five Things To Do; odpowiednią przestrzeń na rzeszowskiej stronie docelowej [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com) na obecność jednego łącza do strony WWW wyznaczonej przez Agencję, zlokalizowanego pod sekcją Top Five Things To Do; nazwa łącza to „Rzeszow&Podkarpacie Tourism”; 32 dni rocznie obecności łącza do sieci WWW wyznaczonej przez Agencję na angielskiej stronie [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com). Airport Marketing Services przedstawi roczny harmonogram prezentacji łącza wyznaczonego przez Agencję na angielskiej stronie [www.ryanair.com](http://www.ryanair.com). Sieci WWW i paragrafy wyznaczone przez Agencję będą prezentować atrakcje turystyczne i/lub możliwości inwestycyjne Regionu Podkarpacie i Rzeszowa międzynarodowej publice pochodzącej z Europy Zachodniej.*

W Urzędzie brak było dokumentacji dotyczącej prowadzenia monitoringu realizacji ww. umowy. W wyjaśnieniu, złożonym przez ówczesnie pełniącego obowiązki dyrektora Departamentu Promocji Rafała Baranowskiego - monitoring był prowadzony w komputerze

poprzez tzw. zrzuty ekranowe stron internetowych, ale ze względu na poważną awarię dysku twardego komputera (...) nie jest możliwe ich odtworzenie;

2) na podstawie umowy zawartej w dniu 27 października 2010 r. przez Województwo z RARR, zlecono usługę pozyskiwania inwestycji do województwa podkarpackiego w okresie od dnia podpisania umowy do 20 grudnia 2010 r. tj. w ciągu 53 dni. *Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia* zawierał 17 zadań do realizacji, w tym 7 obejmowało swoim zakresem 5 (spośród 15) zadań określonych w Regulaminie organizacyjnym dla Oddziału promocji gospodarczej. Analiza zapisów w sprawozdaniu z realizacji umowy wykazała m.in., iż: w odniesieniu do realizacji zadania nr 5 załączono załącznik nr 7 zawierający prezentację *Rynek pracy w Regionie Podkarpacia Analiza potrzeb pracodawców* (plansza nie zawiera informacji, jakiego okresu dotyczy). Na trzech stronach, opatrzonych datą 2010-12-17 znajdowało się 18 plansz (slajdów) prezentacji z danymi, dotyczącymi rynku pracy, w tym w 6-ciu nie podano okresu, którego te dane dotyczą. Informacje w pozostałych planszach dotyczyły okresów: I półrocza oraz III kwartałów 2009 r., *Atrakcyjność inwestycyjna województw* dotyczyła 2008 r.; w odniesieniu do realizacji zadania 6 nie podano czytelnych informacji m.in. w zakresie *aranżowania spotkań inwestorów zagranicznych z potencjalnymi partnerami* [nie podano ilości takich spotkań i partnerów], *doradztwo lokalizacyjne i prezentacja odpowiednich terenów inwestycyjnych* [nie wskazano liczby takich działań], *organizacja spotkań oraz czuwanie nad prawidłowym przebiegiem wizyty* [nie wskazano liczby zorganizowanych spotkań], *tłumaczenia dla przedsiębiorców poszukujących ofert technologicznych* [nie wskazano liczby dokonanych tłumaczeń i ilości przedsiębiorców objętych tą obsługą].

Ustalone ww. umową wynagrodzenie dla RARR zostało wypłacone przelewem w dniu 28 grudnia 2010 r., w kwocie 198.860 zł (brutto), na podstawie faktury Wykonawcy, oraz *Sprawozdania z realizacji umowy (...)* z dnia 20 grudnia 2010 r., nie zawierającego podpisu Rafała Baranowskiego, wymaganego ww. umową i stanowiącego warunek wystawienia faktury.

3) Umową z dnia 30 września 2010 r., zawartą przez Województwo z Asseco Resovia S.A. (Asseco) zlecono przeprowadzenie kampanii informacyjno – promocyjnej Województwa podczas meczów PlusLigi, pucharów europejskich (CEV) oraz rozgrywek Młodej PlusLigi siatkarzy Asseco. Umowa ustalała okres świadczenia usługi od dnia podpisania umowy do dnia 17 grudnia 2010 r., wynagrodzenie w kwocie 244 tys. zł brutto, płatne po wykonaniu przedmiotu umowy oraz po przedłożeniu sprawozdania i dokumentacji zdjęciowej z jej realizacji. W *Raporcie Sponsorskim* na stronie tytułowej znajdowała się informacja, iż raport

zawiera dokumentację zrealizowanych działań promocyjnych związanych z promocją Województwa Podkarpackiego podczas meczów drużyny Asseco Resovia w ramach rozgrywek PlusLigi i Pucharu CEV w rzeszowskiej hali Podpromie. W Raporcie zamieszczono m.in. dane adresowe i skład Zarządu Klubu oraz dokumentację zdjęciową 8 (spośród 10) zleconych umową zadań. Nie wskazano sposobu realizacji zadania nr 8 (*Udział zawodników w spotkaniach organizowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego*) oraz zadania nr 10 (*Zamieszczenie tekstu promocyjnego o Województwie Podkarpackim w materiałach poligraficznych (jedna strona w oficjalnej broszurze meczowej)*). Raport nie zawierał informacji, w jakim okresie odbyły się imprezy sportowe oraz z jakich przyczyn nie zrealizowano dwóch zadań. Dokument ten nie zawierał żadnego podpisu przedstawiciela Asseco i dokumentacji zdjęciowej rozgrywek Młodej PlusLigi. Faktura za wykonanie usługi z dnia 6 grudnia 2010 r. została potwierdzona pod względem merytorycznym przez p.o. Dyrektora Departamentu Promocji w dniu 15 grudnia i zapłacona w dniu 20 grudnia 2010 r.

4) Województwo, w dniu 28 stycznia 2010 r. zawarło z Asseco umowę, dotyczącą zlecenia usługi promocyjnej podczas odbywających się na terenie Województwa rozgrywek piłki siatkowej mężczyzn PlusLigi w sezonie 2009/2010. W umowie ustalono wynagrodzenie w wysokości 25 tys. zł, ale nie zobowiązano Wykonawcy do przedłożenia sprawozdania z jej realizacji. Wynagrodzenie za usługę zostało wypłacone na podstawie wystawionej przez Asseco faktury, potwierdzonej pod względem merytorycznym przez Rafała Baranowskiego.

5) Umową z dnia 9 stycznia 2010 r. Województwo zleciło – firmie More&More Grupa Kreatywna Spółka z o.o. z siedzibą w Warszawie – przeprowadzenie kampanii promocyjnej, w formie happeningu i promocji wizualnej (m.in.: zamieszczenie 20 billboardów w Warszawie oraz zamieszczenie, na 23 ekranach na stacjach Metra, spotu promującego Podkarpacie. Miejscem happeningu miało być centrum miasta Warszawy. W umowie ustalono m. in. wynagrodzenie w wysokości 112.984 zł oraz zasady wypłaty wynagrodzenia (podstawą wystawienia faktury miały być protokoły odbioru, podpisane w imieniu Zamawiającego przez wyznaczonego pracownika Urzędu, Tomasza Rusznicę).

Protokół odbioru przedmiotu umowy, z dnia 2 lutego 2010 r., zawierał: *Opis przedmiotu umowy*, w którym zamieszczono: informację dotyczącą trwania promocji na terenie Warszawy (wyszczególniono daty); 3 zdjęcia, w tym: jednego billboardu w nieokreślonej lokalizacji, zdjęcie grupy 11 osób, w tym 4 przewodników z psami, ubranych w kurtki z logo Województwa, obok drogowskazy z napisami m. in. *Podkarpackie*, w dali widać na zdjęciu tylko 3 przechodniów, zdjęcie tego samego miejsca, przedstawiające dwie osoby oglądające prawdopodobnie mapę promocyjną, w tym jedną osobę ubraną w kurtkę

z logo Województwa; wyszczególnienie w punktach zakresu prac agencji. Po stronie *Odbiorcy* znajdował się podpis p.o. dyrektora Departamentu Promocji Rafała Baranowskiego, oraz Tomasza Rusznicy.

W ocenie Najwyższej Izby Kontroli, opisane powyżej braki w dokumentacji nie pozwalają na jednoznaczne stwierdzenie, że wszystkie zlecone zadania, objęte powyższymi umowami, zostały należycie zrealizowane przez Wykonawców. Braki te jednocześnie wskazują na brak należytego nadzoru, ze strony Zamawiającego, nad pełną realizacją zleconych zadań promocyjnych.

Najwyższa Izba Kontroli stwierdza, że Departament Promocji w 2010 r. zlecił realizację działań promocyjnych, których równowartość w zł nie przekraczała 14 tys. euro – na podstawie przepisu art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. *Prawo zamówień publicznych* (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.), zwana dalej *ustawą p.z.p.* – 87 podmiotom zewnętrznym, a w 2011 r. – 41 takim podmiotom.

Analiza dokumentacji zlecenia 2 działań promocyjnych, których wartość w zł nie przekraczała 14 tys. euro wykazała, że w obydwu umowach nie zobowiązano Wykonawcy do przedłożenia sprawozdania z ich realizacji. Sprawdzona dokumentacja dotyczyła umów, zawartych przez Województwo: w dniu 22 kwietnia 2010 r. z Portem Lotniczym Rzeszów, w zakresie promocji Województwa wśród pasażerów Portu (10 tys. zł) oraz w dniu 18 maja 2010 r. zawartej z Robertem Bielówką w zakresie wykonania prezentacji i przygotowania degustacji podkarpackiej żywności, podczas Konkursu Agro Polska (30 tys. zł).

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia stosowanie przepisów *ustawy p.z.p.* w dwóch zbadanych postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego, w trybie przetargu nieograniczonego.

Kontrolą objęto dokumentację dwu takich postępowań: jednego – przeprowadzonego w 2010 r. – dotyczącego kampanii informacyjno-promocyjnej Województwa podczas rozgrywek siatkarzy Asseco (o wartości 244 tys. zł brutto) oraz drugiego – przeprowadzonego w 2011 r. – dotyczącego dostawy artykułów promujących Województwo (132.612 zł brutto). W obydwu postępowaniach przestrzegano przepisów *ustawy p.z.p.*, związanych z przyjętym trybem udzielenia zamówienia publicznego, stosowano również procedury udzielania zamówień publicznych, ustalone w Zarządzeniu Nr 23/08 Marszałka Województwa z dnia 25 czerwca 2008 r.

W kontroli ustalono, że w latach 2007-2009 Województwo poniosło wydatki na działania promocyjne – odpowiednio w kwotach: 2.989.064 zł, 3.565.848 zł i 5.024.744 zł, co stanowiło udział w zrealizowanych wydatkach Województwa ogółem – odpowiednio:

0,0001%, 0,0055%, 0,0044%. W 2010 r. wykonane wydatki na działania promocyjne wynosiły 5.532.056 zł i stanowiły 0,0001% wydatków Województwa ogółem. Na 2011 r. zaplanowano wydatki na takie działania w kwocie 11.185.804 zł (o 5.653.748 zł więcej niż zrealizowano w 2010 r.), z tego wydatkowano w I półroczu – 789.943 zł.

Ustalono, że w wydatkach Departamentu Promocji w 2010 r., w rozdziale 75075 zaksięgowano wydatki na zakup kwiatów i wieńców w łącznej kwocie 7.282 zł. Ujęcie tych wydatków w rozdziale klasyfikacji budżetowej przeznaczonym na wydatki na promocję było niezgodne z postanowieniami rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 2 marca 2010 r. *w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków, przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych* (Dz. U. Nr 38, poz. 207 ze zm.).

W kontroli sprawdzono prawidłowość rozliczenia 10 delegacji służbowych, które dotyczyły wyjazdów zagranicznych w 2010 r. w celu promocji Województwa. Stwierdzono, że delegacje te zostały rozliczone zgodnie z przepisami rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 19 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* (Dz. U. Nr 236, poz. 1991 ze zm.).

Przedstawiając powyższe oceny i uwagi, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie na podstawie art. 60 ust. 2 ustawy o NIK, wnosi o podjęcia działań w celu zapewnienia:

- prawidłowego nadzoru nad realizacją zleconych zadań promocyjnych i rzetelnego ich rozliczania przez Wykonawców zadań,
- wiarygodnej i rzetelnej dokumentacji, dotyczącej wykonania i rozliczenia zleconych zadań promocyjnych,
- ujmowania w rozdz. 75075 wyłącznie wydatków dotyczących promocji Województwa, wg przepisów rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 2 marca 2010 r. *w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków, przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych* (Dz. U. Nr 38, poz. 207 ze zm.).

Stosownie do art. 62 ustawy o NIK, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie, oczekuje od Pana Marszałka przedstawienia, w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia, informacji o sposobie wykorzystania uwag oraz



wykonania wniosków, bądź o działaniach podjętych na rzecz realizacji wniosków lub przyczynach niepodjęcia takich działań.

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

W razie zgłoszenia zastrzeżeń, termin nadesłania informacji, o której mowa wyżej, liczy się od dnia otrzymania ostatecznej uchwały właściwej komisji NIK.