



**Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Rzeszowie**

Rzeszów, dnia grudnia 2011 r.

**Pan
Robert Choma
Prezydent Miasta Przemyśla**

LRZ-4101-18-05/2011
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 Miejskim w Przemyślu kontrolę działań Prezydenta Miasta Przemyśla w zakresie promocji Miasta w latach 2010-2011 r. (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, na podstawie art. 60 ust. 1 ustawy o NIK, przekazuje Panu Prezydentowi niniejsze

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia działania Prezydenta w zakresie promocji Miasta Przemyśla.

W kontroli ustalono, że Miasto określiło kierunki oraz strategiczne cele działań promocyjnych. Ujęto je w dokumencie pn. „Strategia Sukcesu Miasta Przemyśla”. Potrzeby w zakresie działań promocyjnych, które wynikały z mierników realizacji celów szczegółowych, zostały przez Miasto zidentyfikowane w dokumencie pt. „Strategia rozwoju turystyki i promocji Miasta” (Strategia). Podejmowane działania promocyjne były spójne ze „Strategią Rozwoju Kraju 2007-2015”, z „Narodowymi Strategicznymi Ramami Odniesienia 2007-2013” oraz ze „Strategią Województwa Podkarpackiego na lata 2007-2020”.

Jednym z celów strategicznych było podniesienie konkurencyjności Miasta poprzez dbałość o jego zasób historyczny oraz rozwój turystyki i sportu. Zaplanowane działania

w zakresie rozwoju turystyki, miały doprowadzić do zbudowania marki turystycznej Miasta, określonej jako *Miasto turystyczne – Twierdza Przemyśl*. Znaczenie tej definicji miało stać się symbolem współpracy podmiotów zainteresowanych rozwojem rynku turystycznego, polegającej na wypromowaniu Przemyśla jako turystycznej twierdzy oraz stworzeniu rynkowej oferty turystycznej w ramach poszczególnych segmentów (fortów). Osiągnięcie tego celu założono poprzez realizację siedmiu celów szczegółowych, dla których określono działania zmierzające do ich uzyskania oraz mierniki postępu. Podjęto także działania, mające na celu promocję terenów inwestycyjnych Miasta, jako ośrodka gospodarczego, turystycznego, kulturalnego i akademickiego, zgodnie z kierunkami rozwoju, określonymi w Strategii. Dla terenów inwestycyjnych zostały opracowane Miejskowe Plany Zagospodarowania Przestrzennego (MPZP), zgodne z założeniami Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Przemyśla i Strategii. Dla terenów o funkcjach rekreacyjnych i sportowo-wypoczynkowych opracowano 4 miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego.

W ocenie Najwyższej Izby Kontroli, obowiązujące w Urzędzie rozwiązania organizacyjne w zakresie prowadzenia działań promocyjnych zapewniały sprawną realizację zadań.

W obowiązującym regulaminie organizacyjnym Urzędu, realizację zadań z zakresu promocji Miasta przypisano do Wydziału Kultury Promocji i Turystyki (KPiT) oraz do Wydziału Sportu. Wg stanu na 30 września 2011 r. zadaniami z zakresu promocji miasta i turystyki zajmowało się 13 pracowników Wydziału KPiT, a zadaniami z zakresu organizacji działań promujących miasto poprzez sport – 2 osoby z Wydziału Sportu. Powołano Zespół oraz Pełnomocnika Prezydenta Miasta ds. realizacji Strategii Rozwoju Turystyki.

Najwyższa Izba Kontroli stwierdza, że – w badanym okresie – w uchwałach budżetowych, planowano środki na wydatki, związane z prowadzeniem działalności promocyjnej Miasta. Na promocję Miasta w 2010 r. zaplanowano 938.116 zł (wykonano – 896.981 zł), a na 2011 r. – 470.593 zł. Zaplanowane środki przeznaczone były na działania promocyjne, zapisane w ww. Strategiach, m. in. na: druk i publikacje wydawnictw i materiałów reklamowych, gier planszowych, pamiątek z logo Przemyśla, kampanię reklamową w środkach masowego przekazu, informującą o najciekawszych atrakcjach turystycznych Miasta, zbudowanie strony internetowej jako podstawowego źródła informacji o wydarzeniach kulturalnych, gospodarczych i inwestycjach Miasta, organizację imprez wizerunkowych typu Podkarpacki Jarmark Turystyczny, Święto Fajki i Miodu, Dni Patrona Miasta oraz na promocję Miasta poprzez sport.

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia sposób prowadzenia w Urzędzie monitoringu efektów działań promocyjnych.

W kontroli ustalono, że skuteczność działań promocyjnych oraz efektów tych działań poddawano corocznej analizie, przy pomocy tzw. *kart monitorowania celów strategicznych i szczegółowych*. Przedstawiano w nich np. zastosowane miary postępu oraz stan zaawansowania realizowanych celów. Efektem przeprowadzonych analiz była bieżąca korekta założonych działań i realizowanych zadań. W styczniu 2011 r. opracowano dokument pt. „Raport z realizacji Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Przemyśla na lata 2008-2015”. Raport odnosił się do każdego z działań promocyjnych, ujętych w Strategii, wskazując na przedsięwzięcia, które zrealizowano w okresie od opracowania dokumentu do końca 2010 r. Porównanie danych z tych dokumentów wykazało realizację założonych celów i zadań.

Najwyższa Izba Kontroli stwierdza, że wzrosła liczba osób uczestniczących w imprezach wizerunkowych, organizowanych przez Miasto w latach 2010-2011. (np. Święto Miodu – o 31%; Dni Patrona Miasta – o 58%). Wzrosła w tym okresie liczba zwiedzających Muzea – np. Muzeum Dzwonów i Fajek w 2010 r. odwiedziło 10.107 osób, a w ciągu 10 miesięcy 2011 r. – 12.611 osób, Muzeum Narodowe Ziemi Przemyskiej w 2010 r. – 13.654 osoby, a przez 10 miesięcy 2011 r. – 13.430 osób, a także liczba odwiedzających punkt informacji turystycznej (o 29%). W latach 2009 – 2010 zwiększyła się liczba wejść na stronę www.przemysl.pl. – z 2.955.015 do 3.061.332, a w I półroczu 2011 r. takich wejść odnotowano 1.654.800.

W kontroli ustalono, że planowane efekty działań promocyjnych nie były przedstawiane w postaci liczbowego bądź procentowego wzrostu, np. turystów odwiedzających Miasto, dochodów i wpływów z tego tytułu w porównaniu do okresu poprzedniego; nie określono liczby planowanego wzrostu punktów informacji turystycznej, długości ścieżek rowerowych, liczby nowych, rozbudowanych bądź zmodernizowanych obiektów sportowo-rekreacyjnych i turystycznych, a także liczby nowych podmiotów gospodarczych związanych z turystyką.

W ocenie Najwyższej Izby Kontroli brak określenia wielkości spodziewanych efektów działalności promocyjnej uniemożliwia dokonanie oceny skuteczności tej działalności.

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia stosowanie przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. *Prawo zamówień publicznych* (Dz. U. z 2010 r., Nr 113, poz. 759 ze zm.), w dwóch zbadanych postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego, dotyczących wydrukowania wydawnictw promujących Miasto.

Analiza dokumentacji o udzielenie ww. zamówień publicznych o wartości brutto: 138.415 zł i 136.623, 50 zł wykazała, iż sposób wyboru wykonawców tych zadań był zgodny z przepisami ustawy. Postępowania prowadzone były we właściwym trybie, a wyboru oferentów dokonywano zgodnie z wymogami i kryteriami oceny ofert, określonymi w Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia. Wykonawców zadań wybrano na zasadzie najkorzystniejszej oferty (ceny), a postępowania prowadzono z zachowaniem zasad uczciwej konkurencji. Realizacja udzielonych zamówień oraz wydatkowanie środków za dostarczone materiały były zgodne z zawartymi umowami. Zamówienia zrealizowano w terminach ustalonych w umowach, płatności – za wykonane i dostarczone materiały, po potwierdzeniu ich przyjęcia stosownymi protokołami odbioru – dokonane zostały w terminach określonych umowami.

W kontroli ustalono, iż dwukrotnie zapłacono za druk 2000 egzemplarzy miniprzewodnika „Przemysł” w wersji polskojęzycznej, objętego jednym z ww. zamówień. Zapłaty dokonano na podstawie dwóch oryginałów faktury, wystawionej przez wykonawcę w dniu 19 sierpnia 2010 r., na 14.500 zł. Do Urzędu wpłynęły one odpowiednio: w dniu 24 i 31 sierpnia 2010 r. i – pomimo przyjętego sposobu potwierdzania protokołem odbioru przez upoważnionego pracownika, należytego wykonania przez wykonawcę przedmiotu umowy, w tym: rodzaju, jakości, ilości i ceny dostarczonego asortymentu – dokonano dwukrotnej zapłaty kwoty 14.500 zł. Urząd wyegzekwował od firmy Geokart – International zwrotu kwoty 14.500 zł wraz z odsetkami w wysokości 1.998,62 zł.

W kontroli ustalono, że w 2010 r., na podstawie przepisu art. 4 pkt 8 ustawy *Prawo zamówień publicznych* - udzielono 26 zamówień o łącznej wartości 291.725,05 zł na realizację działań promocyjnych, których wartość nie przekraczała równowartości 14.000 euro. W 2011 r. udzielono 14 takich zamówień o łącznej wartości 204.123,26 zł. Zbadano cztery spośród ww. zamówień i stwierdzono, że udzielono ich zgodnie z zarządzeniem nr 136/2008 Prezydenta Miasta z dnia 16 czerwca 2008 r. w *sprawie zasad udzielania zamówień w Urzędzie Miejskim w Przemysłu niepodlegających przepisom ustawy Prawo zamówień publicznych*. Poniesione w związku z nimi wydatki zostały prawidłowo zaewidencjonowane, zgodnie z wymogami 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 2010 r. na działania promocyjne poprzez sport Miasto wydatkowało 109.999,85 zł. Z Klubem Sportowym „Czuwaj” w Przemysłu Miasto zawarło umowę, na podstawie której Klub zobowiązał się, poprzez zawodników I-ligowej sekcji piłki

ręcznej, do promowania Miasta. Za prowadzenie promocji Miasto przekazało, zgodnie z umową, kwotę 50.000 zł. Dodatkowo, Miasto sfinansowało zakup sprzętu sportowego dla Klubu (buty, koszulki, spodenki, getry) o wartości 50.000 zł. Na wydatkowanie obu tych kwot Rada Miasta podjęła stosowną uchwałę, zwiększając wydatki w dziale 750, w rozdziale 75075, w § 4210 i w § 4300 – po 50.000 zł. Wydatki te, w ewidencji księgowej ujęte zostały zgodnie z ww. uchwałą Rady.

Do dnia 21 października 2011 r. zawarto 8 umów (i jedno porozumienie) w celu promocji Miasta poprzez sport, na łączną kwotę 70.000 zł. Z ww. Klubem „Czuwaj” zawarto umowę na kwotę 30.000 zł i porozumienie na kwotę 20.000 zł, wg których Klub zobowiązał się do promocji Miasta – na zasadach w nich określonych. Wg porozumienia, Miasto zobowiązało się do częściowej refundacji kosztów realizacji zadań, w tym promocyjnych, określonych w Porozumieniu, między innymi: kosztów utrzymania obiektów sportowych i transportu zawodników. Wg noty księgowej, wystawionej przez Klub, do dnia 28 lipca 2011 r. Miasto wydatkowało łącznie 8.053,48 zł – za przewóz zawodników oraz zakup energii elektrycznej. W ewidencji księgowej Urzędu, wydatek ten ujęto w rozdziale 75075, dotyczącym promocji Miasta.

W ocenie Najwyższej Izby Kontroli, wydatki w 2010 r. na zakup sprzętu sportowego dla Klubu „Czuwaj” w kwocie 50.000 zł i w 2011 r. – za przewóz zawodników tego Klubu oraz zakup przez niego energii elektrycznej – w kwocie 8.053,48 zł, nie stanowiły wydatków na promocję Miasta poprzez sport. Były one formą wsparcia finansowego statutowej działalności Klubu, udzielonego przez Miasto Klubowi, w związku z czym zostały nieprawidłowo ujęte w ewidencji księgowej Urzędu w wydatkach dotyczących promocji, w rozdziale 75075.

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:

- ujmowania w rozdz. 75075 wyłącznie wydatków dotyczących promocji Miasta, 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.).

Zgodnie z art. 61 ust. 1 ustawy o NIK, w terminie 7 dni od dnia otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, przysługuje Panu Prezydentowi prawo zgłoszenia na

piśmie do dyrektora Delegatury Najwyższej Izby Kontroli w Rzeszowie umotywowanych zastrzeżeń w sprawie ocen, uwag i wniosków zawartych w tym wystąpieniu.

Stosownie do art. 62 ustawy o NIK, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Rzeszowie, oczekuje od Pana Prezydenta 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.

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