



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Delegatura w Szczecinie

LSZ-4101-23-04/2011
P/11/005

Szczecin, stycznia 2012 r.

Pan
Olgierd Geblewicz
Marszałek Województwa Zachodniopomorskiego

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 Szczecinie skontrolowała w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Zachodniopomorskiego w Szczecinie (zwanym dalej Urzędem) prowadzenie działań promocyjnych Województwa Zachodniopomorskiego (Województwo) w latach 2010-2011 (I półrocze).

W związku z kontrolą, której wyniki przedstawione zostały w protokole kontroli podpisanym w dniu 9 grudnia 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 60 ust. 1 ustawy o NIK, przekazuje Panu Marszałkowi niniejsze wystąpienie pokontrolne.

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia działania Urzędu, pomimo stwierdzonych uchybień nie mających wpływu na realizację zadań w zakresie promocji Województwa.

Urząd opracował dwa dokumenty określające strategiczne kierunki działań promocyjnych Województwa pn. „Strategia Marki Województwa Zachodniopomorskiego” (w 2004 r.) i „Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego” (w 2010 r.). W obu dokumentach zakładano, że realizowane działania promocyjne miały na celu (bezpośrednio lub pośrednio) pozyskanie inwestorów i turystów (m.in. poprzez poprawę konkurencyjności regionu i zaznaczenie Województwa w świadomości Polaków i Europejczyków jako dynamicznego oraz atrakcyjnego regionu do życia i wypoczynku) oraz zbudowanie silnej tożsamości mieszkańców Województwa (dla których *Marka Województwa* komunikować miała podstawowe elementy ich tożsamości). W ramach poprawy konkuren-

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

cyjności Województwa zakładano m.in. tworzenie warunków dla równoważenia rozwoju gospodarki Województwa oraz rozwój funkcji turystyczno-uzdrowiskowej. Branża turystyczna uznana została przez Samorząd Województwa za kluczową dla Województwa. Dla ujednoczenia i utrwalenia wizerunku Województwa opracowano i przyjęto logotyp i hasło reklamowe pn. „Zachodniopomorskie. Morze przygody”.

Skuteczność podejmowanych przez Samorząd Województwa działań promocyjnych potwierdzały m.in. badania ruchu turystycznego w 2010 r., które wskazywały na wzrost liczby osób odwiedzających Województwo Zachodniopomorskie w stosunku do roku 2009 (z 4,9 mln turystów w 2009 r. do 5 mln w I półroczu 2010 r.). W 2011 r. Samorząd zlecił firmie zewnętrznej zbadanie skuteczności prowadzonych działań promocyjnych Województwa. Efekty tych analiz będą dostępne na początku 2012 r. (tj. po zakończeniu realizacji wszystkich zaplanowanych zadań promocyjnych w 2011 r.).

Zadania promocyjne w Urzędzie przypisane zostały do Biura Promocji (wchodzącego w skład Wydziału Turystyki, Gospodarki i Promocji²), w którym zatrudnionych było 7 pracowników (w tym 6 pracowników z wykształceniem wyższym i jeden - z wykształceniem średnim).

W okresie objętym kontrolą, Biuro Promocji zleciło realizację 198 działań promocyjnych 49 podmiotom zewnętrznym (w tym 11 jednostkom samorządu terytorialnego³). Na realizację tych działań Samorząd Województwa wydatkował łącznie 2.913,7 tys. zł, które sfinansował z budżetu Województwa (bez udziału środków unijnych), z tego: w 2010 r. – 2.513,8 tys. zł i w I półroczu 2011 r. – 399,9 tys. zł.

Na realizację zadań promujących Województwo, prowadzonych we współpracy z jst, Samorząd Województwa wydatkował łącznie 467,7 tys. zł, z tego: w 2010 r. – 310,0 tys. zł i w I półroczu 2011 r. – 157,7 tys. zł.

Analizą prawidłowości wykonania przez podmioty zewnętrzne działań promocyjnych Województwa objęto 5 ze 198 działań na łączną kwotę 1.008,0 tys. zł (stanowiącą 34,6% wydatków na działania promocyjne). NIK pozytywnie ocenia realizację wszystkich 5 badanych zadań, które były wykonane zgodnie z warunkami określonymi w umowach, potwierdzone protokołami zdawczo-odbiorczymi (w tym dokumentacją fotograficzną, materiałami informacyjnymi itp.), a wydatki z tytułu ich realizacji zostały dokonane zgodnie z uchwałą budżetową. Wszystkie badane zadania były zbieżne z kierunkami strategicznymi działań promocyjnych w zakresie utrwalenia marki Województwa w świadomości mieszkańców i turystów.

Wykonanie 6 ze 198 działań promocyjnych na łączną kwotę 1.042,9 tys. zł (tj. 35,8% wydatków na działania promocyjne) Samorząd Województwa zlecił podmiotom zewnętrznym w trybie zamówień publicznych. Pozostałe 192 działania zlecono do wykonania podmiotom zewnętrznym bez stosowania ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych⁴ (dalej pzp).

NIK pozytywnie ocenia 2 (o największej wartości) objęte badaniem postępowania o udzielenie zamówień publicznych na łączną kwotę 336,1 tys. zł (co odpowiadało 11,5% wydatków na działania promocyjne). Były one

² Zwany dalej WTGiP.

³ Zwanych dalej jst.

⁴ Dz.U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.

przeprowadzone zgodnie z zasadami i procedurami określonymi w pzp. Wykonawcy zrealizowali dostawy terminowo i zgodnie z warunkami określonymi w umowach.

W zakresie prawidłowości realizacji zadań zleconych bez stosowania pzp, analizą objęto (wybrane losowo) 2 ze 192 zadań, na łączną kwotę 158,5 tys. zł (stanowiącą 5,4% wydatków ogółem na działania promocyjne). NIK pozytywnie ocenia wybór wykonawców ww. zadań, który był zgodny z procedurami wewnętrznymi Urzędu określającymi zasady realizacji zamówień wyłączonych z obowiązku stosowania pzp⁵. Oba zadania zostały zrealizowane terminowo i zgodnie z warunkami określonymi w umowach.

Płatności za realizację wszystkich 4 ww. zamówień Urząd dokonał terminowo, po realizacji zadania przez każdego z wykonawców (zgodnie z umowami i fakturami). Wydatki zakwalifikowano prawidłowo do § 4300 i ujęto do właściwego miesiąca w księgach rachunkowych Urzędu.

W latach 2007-2011 Samorząd Województwa wydatkował na działania promocyjne łącznie 11.363,1 tys. zł, co odpowiadało 0,3% wydatków ogółem (3.195.610,2 tys. zł), z tego: w 2007 r. - 1.600,9 tys. zł, tj. 0,3% wydatków ogółem i 88,5% środków określonych w planie finansowym⁶ Urzędu; w 2008 r. - 2.965,0 tys. zł, tj. 0,5% wydatków ogółem i 97,8% planu; w 2009 r. - 3.883,5 tys. zł, tj. 0,3% wydatków ogółem i 98,0% planu; w 2010 r. - 2.513,8 tys. zł, tj. 0,3% wydatków ogółem i 92,7% planu oraz w I półroczu 2011 r. - 399,9 tys. zł, tj. 0,2% wydatków ogółem i 29,3% planu.

Analizą w zakresie zgodności prowadzonych działań promocyjnych z kierunkami strategicznymi określonymi w *Strategii Marki i Strategii Rozwoju* objęto łącznie 10 ze 198 działań realizowanych przez Urząd w latach 2007-2011 (do 30.06.) na łączną kwotę 2.729,7 tys. zł (co odpowiadało 24,0% wydatków ogółem na ww. działania). NIK pozytywnie ocenia wszystkie 10 badanych zadań, które były zgodne z założeniami strategicznymi określonymi w ww. dokumentach. Działania te polegały przede wszystkim na promocji walorów Województwa podczas różnych imprez kulturalnych i sportowych w celu zachęcenia turystów do odwiedzania Województwa Zachodniopomorskiego.

W latach 2010-2011 (do 30.06.) wydatki na realizację działań promocyjnych były ujęte w rozdziale 75075 „Promocja jednostek samorządu terytorialnego” w następujących paragrafach: 2710, 4110, 4170, 4210, 4300, 4430, 4540, 4950. Wydatki te były realizowane przez 2 wydziały Urzędu: WTGiP oraz Wydział Rolnictwa i Ochrony Środowiska⁷, mimo że zadania z zakresu promocji województwa przypisano do WTGiP – na podstawie § 29 a regulaminu organizacyjnego Urzędu⁸. W latach 2010-2011 (do 30.06.) w ewidencji księgowej Urzędu zarejestrowano w rozdziale 75075 wydatki na łączną kwotę 402,1 tys. zł, poniesione na działania promocyjne Wydziału Rolnictwa i Ochrony Środowiska (obecnie Wydziału Rolnictwa i Rybactwa), co odpowiadało 13,8% wydatków ogółem na działania promocyjne.

⁵ Tj. „Zasadami wykonywania pzp w Urzędzie” wprowadzonymi Uchwałami Zarządu Województwa Zachodniopomorskiego nr 916/2008 z 1.08.2008 r. i Nr 957/2011 z 21.06.2011 r.

⁶ Zwanych dalej: planem.

⁷ Od 15.04.2011 r. Wydział Rolnictwa i Rybactwa.

⁸ wprowadzonego Uchwałą Nr 326/07 Zarządu Województwa Zachodniopomorskiego z 25.04.2007 r., zmienionego m.in. uchwałami nr 740/08 z 26.06.2008 r. i 576/11 z 15.04.2011 r.

W wyniku analizy wydatków zaksięgowanych w dziale 75075 w latach 2010-2011 (I półrocze) ustalono, że ze środków przeznaczonych na promocję Województwa Urząd wydatkował łącznie 31.848,89 zł (co stanowiło 1,1% wydatków na działania promocyjne) na działania, które w ocenie NIK nie miały charakteru wydatków promocji Województwa, a dotyczyły m.in. promocji zdrowia, ochrony środowiska, promocji ekologii i rolnictwa, tj.:

- zakupu 15 szt. pucharów za łączną kwotę 1.600 zł na zawody wędkarskie połączone z konkursem związanym z obszarem wiejskim i ekologią,
- współorganizacji Wojewódzkich Dni Działkowca w Świnoujściu, w tym zakupu nagród w konkursie „Rodzinne ogrody działkowe przyjazne społeczeństwu” na łączną kwotę 20.000 zł,
- ufundowania nagrody dla uczestników IX edycji Wojewódzkiej Olimpiady Wiedzy Ekologicznej w Barzkowicach za łączną kwotę 2.847,80 zł,
- zwrotu kosztów spotkania wigilijnego kobiet wiejskich oraz producentów produktów tradycyjnych i regionalnych w Barzkowicach na kwotę 2.900,33 zł,
- zakupu 35 szt. ramek ze szkłem za kwotę 910 zł do zdjęć pamiątkowych wręczonych Radnym Województwa Zachodniopomorskiego na uroczystej sesji Sejmiku kończącej III kadencję,
- wykonania pamiątkowego zdjęcia grupowego Radnych Sejmiku Województwa Zachodniopomorskiego III kadencji za łączną kwotę 625,25 zł (zdjęcia wręczono Radnym),
- wykonania zdjęć portretowych Radnych IV kadencji Sejmiku Województwa za łączną kwotę 1.098 zł celem zamieszczenia ich na stronie BIP i internetowej Sejmiku,
- zakupu nagród książkowych dla laureatów (uczniów) XXXV Olimpiady Wiedzy i Umiejętności Rolniczych w Szczecinie za łączną kwotę 300 zł,
- zakupu 2 szt. pucharów na łączną kwotę 322,53 zł w związku z XIX edycją Ogólnopolskiej Olimpiady Promocji Zdrowego Stylu Życia PCK 2011,
- zakupu piłek oraz siatki na piłki za łączną kwotę 244,98 zł w związku z otwarciem Sali gimnastycznej w szkole podstawowej w Stargardzie wręczonych przez Radnego Sejmiku Województwa,
- dofinansowania szkolenia dla pszczelarzy, tj. kosztów wynajęcia sali w Połczynie Zdroju za kwotę 1.000 zł.

Wg stanu na koniec 2010 r. oraz III kwartału 2011 r. Urząd nie miał zobowiązań wymagalnych i nie płacił odsetek z tytułu nieuregulowania zobowiązań w zakresie działań promocyjnych.

Przedstawiając powyższe oceny i uwagi, Najwyższa Izba Kontroli wnioskuje o:

1. *Klasyfikowanie w ewidencji księgowej w dziale 750, rozdziale 75075 wydatków wyłącznie dotyczących promocji Województwa.*
2. *Realizowanie zadań promocji Województwa przez komórki organizacyjne Urzędu zgodnie z obowiązującym regulaminem organizacyjnym.*

Najwyższa Izba Kontroli na podstawie art. 62 ust. 1 ustawy o NIK, oczekuje od Pana Marszałka, w terminie w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, informacji o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosków, bądź o podjętych działaniach na rzecz ich realizacji lub przyczynach niepodjęcia takich działań.

Zgodnie z treścią art. 61 ust. 1 ustawy o NIK, w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia, przysługuje Panu Marszałkowi prawo zgłoszenia na piśmie do Dyrektora Delegatury NIK w Szczecinie umotywowanych zastrzeżeń w sprawie ocen, uwag i wniosków, zawartych w tym wystąpieniu.

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