



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Delegatura we Wrocławiu

LWR.410.025.02.2017  
P/17/021

# WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

## I. Dane identyfikacyjne kontroli

Numer i tytuł kontroli	P/17/021 - Wydatki spółek z udziałem Skarbu Państwa na działalność sponsoringową, medialną i usługi doradcze.
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Delegatura we Wrocławiu
Kontroler	Andrzej Skupiński, doradca ekonomiczny, upoważnienie do kontroli nr LWR/171/2017 z dnia 5 października 2017 r.  (dowód: akta kontroli str. 1-2)
Jednostka kontrolowana	Dolnośląskie Zakłady Usługowo Produkcyjne „Dozamel” Sp. z o.o. we Wrocławiu, ul. Fabryczna 10, 53-609 Wrocław, dalej: „Dozamel”.
Kierownik jednostki kontrolowanej	W okresie objętym kontrolą <sup>1</sup> Dozamel kierowany był przez Zarząd powołany na VI kadencję (trwającą od dnia 12 czerwca 2013 r. do dnia 10 czerwca 2016 r.) i na VII kadencję (trwającą od dnia 10 czerwca 2016 r. i nadal) w tym samym składzie: Paweł Kowalczewski – Prezes Zarządu, Roman Sztobryn – Członek Zarządu.  (dowód: akta kontroli str. 3-4)

## II. Ocena kontrolowanej działalności<sup>2</sup>

### Ocena ogólna

W okresie objętym kontrolą Dozamel posiadał, zatwierdzone przez Radę Nadzorczą Dozamel, zasady działalności sponsoringowej z dnia 27 kwietnia 2009 r. oraz z dnia 27 stycznia 2017 r., uwzględniające uregulowania przewidziane w: „Modelu regulacji działalności sponsoringowej spółek z udziałem Skarbu Państwa” (dalej: „Model”), wprowadzony zarządzeniem nr 5 Ministra Skarbu Państwa z dnia 13 lutego 2009 r. w sprawie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa, oraz w opracowaniu „Dobre praktyki w zakresie prowadzenia działalności sponsoringowej przez spółki z udziałem Skarbu Państwa” (dalej: „Dobre praktyki”), opublikowane na stronie internetowej Ministerstwa Skarbu Państwa w dniu 15 czerwca 2016 r. Zasady działalności sponsoringowej nie były jednak w pełni przestrzegane.

W Dozamel nie opracowano i niewdrożonych procedur (standardów) dokonywania ocen mierzalnych efektów działalności sponsoringowej i darowizn oraz zakupu usług medialnych i doradczych, a nadto zasad raportowania o takich usługach. W takim stanie rzeczy w przekazywanych Radzie Nadzorczej Dozamel rocznych planach działalności sponsoringowej, a także w informacjach z realizacji tych planów przedstawiano potencjalne korzyści i efekty z tej działalności i każdego z przedsięwzięć, nie wskazując mierzalnych wskaźników wzrostu rangi marki, zysków ze sprzedaży oraz wartości firmy, wynikających z planowanych i podjętych działań. W związku z nieokreśleniem, na etapie planowania i realizacji przedsięwzięć sponsoringowych, wymiernych wskaźników efektywności działań sponsoringowych, nie było możliwości oceny osiągniętych celów w ramach tych przedsięwzięć. Ponadto, zakupy usług medialnych i doradczych oraz darowizny nie

<sup>1</sup> Lata 2015-2016 i I półrocze 2017 r.

<sup>2</sup> W ramach niniejszej kontroli Najwyższa Izba Kontroli stosuje trzystopniową skalę ocen: pozytywną, negatywną i opisową w przypadku, gdy nie zostaną spełnione kryteria oceny negatywnej lub pozytywnej.

były obejmowane udokumentowanymi ocenami efektywności. Niemniej cele, dla których zlecano te usługi, zostały osiągnięte.

Spośród objętych kontrolą 15 usług doradczych i medialnych jedynie w dwóch przypadkach zamówienie takich usług poprzedzono oszacowaniem ich wartości. W tych przypadkach koszty dokonanych zamówień usług mieściły się w wielkościach oszacowanych. Uwzględniając powyższe, a także związane z tą sprawą wyjaśnienia Prezesa Zarządu, w ocenie NIK środki na usługi doradcze i medialne wydatkowane były gospodarnie.

Według stosowanej przez Zarząd Dozamel klasyfikacji liczba przedsięwzięć sponsoringowych zwiększyła się z 12 na kwotę 42,2 tys. zł w 2015 r. do 17 na kwotę 59,7 tys. zł w 2016 r., natomiast siedem takich przedsięwzięć o wartości 18,6 tys. zł zrealizowano w I półroczu 2017 r. Wzrosła również liczba usług doradczych, bo odpowiednio z 28 (za sumę 642,6 tys. zł) do 34 (za kwotę 1 327,6 tys. zł), przy 23 takich usługach (na kwotę 654,6 tys. zł) w I półroczu 2017 r. Z kolei liczba usług medialnych zwiększyła się z 13 (za łączną kwotę 39,4 tys. zł) w 2015 r. do 15 (za sumę 63,6 tys. zł) w 2016 r., przy dziewięciu tego rodzaju usługach (za 33,7 tys. zł) w I półroczu 2017 r. Ponadto, w 2015 r. udzielono 14 darowizn o łącznej wartości 15,5 tys. zł, w 2016 r. było pięć darowizn w sumie o wartości 26,1 tys. zł, natomiast w I półroczu 2017 r. kolejnych pięć darowizn na łączną kwotę 16,8 tys. zł.

W wyniku kontroli stwierdzono nieprawidłowości polegające na:

- prowadzeniu sześciu przedsięwzięć sponsoringowych (łącznie na kwotę 23,1 tys. zł) bez pisemnych umów z podmiotami sponsorowanymi, co było sprzeczne z obowiązującymi w Dozamel zasadami działalności sponsoringowej z dnia 27 kwietnia 2009 r. oraz z dnia 27 stycznia 2017 r.;
- nierzetelnym kwalifikowaniu do usług sponsoringowych składek członkowskich w stowarzyszeniu Bractwo Kurkowe Miasta Wrocławia (w łącznej kwocie 10 tys. zł), zapewniającym dostęp do strzelnicy i udział w zajęciach strzelectwa sportowego dla grupy pracowników Dozamel, jednakże nie przewidującym (zgodnie z zawartym w tej sprawie porozumieniem) promocji firmy Dozamel i świadczonych przez nią usług, co winno być nieodłącznym warunkiem umowy sponsoringu;
- nierzetelnym wykazywaniu w materiałach sprawozdawczych przedkładanych Zgromadzeniu Wspólników i Radzie Nadzorczej Dozamel danych o rozmiarach działalności sponsoringowej, różnych od ewidencji księgowej, czemu przeciwdziałać mogło wyodrębnienie w tej ewidencji pozycji wydatków sponsoringowych, czego jednakże nie przewidziano w polityce rachunkowości Dozamel. Jeszcze w trakcie trwania kontroli Prezes Zarządu doprowadził (zarządzeniem z dnia 22 listopada 2017 r.) do uzupełnienia planu kont Dozamel o konto służące do ewidencjonowania usług sponsoringu, przez co umożliwił generowanie od dnia 1 grudnia 2017 r. sald wyodrębnionych kosztów usług sponsoringowych;
- nieterminowym sporządzeniu i przekazaniu Radzie Nadzorczej Dozamel informacji Zarządu Dozamel o realizacji planu prowadzenia działalności sponsoringowej Dozamel w I półroczu 2017 r., co było niezgodne z zasadami działalności sponsoringowej z dnia 27 stycznia 2017 r.

Rezultatem przeprowadzonych badań kontrolnych były także uwagi wskazujące na:

- celowość ustalenia procedury dokonywania ocen efektów zakupu usług medialnych i doradczych, raportowania tych usług, dokonywania ocen efektów działalności sponsoringowej, a także zasad postępowania związanych z działalnością charytatywną Dozamel (darowiznami);

- potrzebę skonkretyzowania raportów z realizacji poszczególnych przedsięwzięć sponsoringowych, tak by prezentowały one realne, a nie tylko hipotetyczne korzyści z tych przedsięwzięć;
- potrzebę kontynuowania, rozpoczętego w trakcie kontroli, dostosowywania ewidencji księgowej, w szczególności planu kont, do zmienionej z dniem 10 sierpnia 2017 r. umowy spółki Dozamel, ponieważ z punktu widzenia obowiązków sprawozdawczych zasadnym byłoby rozdzielenie ewidencji kosztów usług doradczych i prawnych (ewidencjonowanych dotąd na wspólnym koncie księgowym) oraz wydzielenie kosztów usług doradztwa związanego z zarządzaniem (ewidencjonowanych łącznie z wynagrodzeniami z tytułu kontraktów menadżerskich członków Zarządu Dozamel);
- celowość wprowadzenia pisemnej formy umów na usługi doradcze, umożliwiającej zabezpieczenie interesów Dozamel w przypadku nienależytego wykonania tych usług.

### **III. Opis ustalonego stanu faktycznego**

#### **1. Ustanawianie i przestrzeganie zasad prowadzenia działalności sponsoringowej**

*Opis stanu faktycznego*

1.1. Dozamel powstał w dniu 26 września 1997 r. w wyniku komercjalizacji przedsiębiorstwa państwowego pod nazwą Dolnośląskie Zakłady Usługowo-Produkcyjne „Dozamel” z siedzibą we Wrocławiu. Kapitał zakładowy Dozamel wynosi 49 000 tys. zł i dzieli się na 98 000 udziałów po 500 zł każdy. Wszystkie udziały Dozamel objął Skarb Państwa, który do zakończenia kontroli pozostawał jedynym udziałowcem tej firmy.

(dowód: akta kontroli str. 5-6)

1.2. W okresie objętym kontrolą, tj. w latach 2015-2017 (I półrocze), Dozamel prowadził działalność gospodarczą w zakresie wynajmu nieruchomości własnych oraz maszyn i urządzeń (oferując wyposażone powierzchnie produkcyjne, biurowe i magazynowe), obrotu i dystrybucji mediów energetycznych (dla firm zlokalizowanych na terenie Wrocławskiego Parku Maszynowego), usług transportowych, utrzymania ruchu, przede wszystkim urządzeń dźwigowych, a nadto usług rehabilitacyjnych, wypoczynkowych i gastronomicznych (w Ośrodku Rehabilitacyjno-Wypoczynkowym Dozamel w Kołobrzegu). Dozamel dysponuje gruntami o powierzchni ponad 35,5 ha i posadowionymi na nich budynkami o łącznej powierzchni użytkowej 156,5 tys. m<sup>2</sup>, w tym halami produkcyjnymi o powierzchni 115,0 tys. m<sup>2</sup>, obiektami magazynowymi o powierzchni 11,7 tys. m<sup>2</sup>, budynkami biurowymi o powierzchni 24,0 tys. m<sup>2</sup>, oraz innymi obiektami usługowymi o powierzchni 5,8 tys. m<sup>2</sup>, w tym we Wrocławiu, gdzie prowadzona jest główna działalność, gruntami o powierzchni 34,4 ha i obiektami budowlanymi o powierzchni użytkowej 151,8 tys. m<sup>2</sup>.

W porównaniu z 2014 r. przychody ogółem ze sprzedaży (netto) Dozamel zwiększyły się w 2015 r. o 11 079 tys. zł, tj. do 88 635 tys. zł, a w 2016 r. o 4 644 tys. zł, tj. do 82 200 tys. zł, przy kosztach działalności operacyjnej wynoszących w 2015 r. – 79 834 tys. zł i w 2016 r. – 73 592 tys. zł. Po uwzględnieniu pozostałych przychodów operacyjnych i finansowych oraz ich kosztów, zysk brutto z działalności gospodarczej Dozamel wynosił w 2015 r. – 10 739 tys. zł, a w 2016 r. – 9 640 tys. zł. W I półroczu 2017 r. przychody netto ze sprzedaży wyniosły 46 759 tys. zł, przy kosztach działalności operacyjnej w wysokości 42 703 tys. zł. Po uwzględnieniu pozostałych przychodów

operacyjnych i finansowych oraz ich kosztów, zysk brutto z działalności gospodarczej Dozamel w I półroczu 2017 r. wyniósł 4 541 tys. zł.

(dowód: akta kontroli str. 120-162)

1.3. Dozamel posiadał opracowane przez Zarząd i zatwierdzone przez Radę Nadzorczą wewnętrzne zasady działalności sponsoringowej z dnia 27 kwietnia 2009 r.<sup>3</sup> oraz z dnia 27 stycznia 2017 r.<sup>4</sup>.

W myśl powołanych zasad, działalność sponsoringowa Dozamel prowadzona być powinna w oparciu o te zasady, a nadto – jak to określono w dokumencie z 2009 r. – w oparciu o „Model”. Według zasad działalności sponsoringowej Dozamel z dnia 27 stycznia 2017 r. działalność sponsoringowa, obok uregulowań wynikających wprost z tego dokumentu, prowadzona powinna być w oparciu o „Dobre praktyki”.

Zarówno zasady działalności sponsoringowej Dozamel z dnia 27 kwietnia 2009 r., jak i z dnia 27 stycznia 2017 r., określały cele działań sponsoringowych podejmowanych przez Dozamel oraz dziedziny (obszary) aktywności sponsoringowej zbieżne odpowiednio z „Modelem” oraz „Dobrymi praktykami”. Przykładowo, celami określonymi w zasady działalności sponsoringowej z dnia 27 stycznia 2017 r. było:

- propagowanie marki Dozamel poprzez zwiększenie stopnia jej znajomości, rozpoznawalności i zasięgu oddziaływania – dzięki rozprzestrzenianiu informacji o spółce jako sponsorze danego wydarzenia (akcji);
- budowa pozytywnego wizerunku Dozamel poprzez przeniesienie na nią skojarzeń z podmiotu sponsorowanego, a także skojarzeń związanych ze sponsorowaną akcją lub wydarzeniem;
- wsparcie działań promocyjno-handlowych Dozamel – jako uczestnika rynku pozytywnie kojarzonego przez grupę docelową z podejmowanymi przez siebie działaniami sponsoringowymi;
- dotarcie z przekazem do kluczowych interesariuszy Dozamel – na zasadzie wzmocnienia przekazu informacyjno-reklamowego, generowanego przez spółkę bądź dotarcia do środowisk, do których inny przekaz nie dociera;
- budowa reputacji oraz pozyskania uznania i sympatii opinii publicznej.

Wyznaczonymi w tych zasadach obszarami aktywności sponsoringowej były:

- inicjatywy proekologiczne i akcje społeczne,
- nauka i szkolnictwo publiczne na różnych poziomach kształcenia,
- patronat nad imprezami sportowymi non profit,
- działalność kulturalna.

Obok obszarów aktywności sponsoringowej rekomendowanych w „Dobrych praktykach”, w zasadach działalności sponsoringowej z dnia 27 stycznia 2017 r. wyodrębniono dodatkowy obszar, tj. wspieranie działalności związanej z rozwojem, edukacją i integracją środowiska lokalnego – zwłaszcza w zakresie promowania ciekawych inicjatyw i projektów wśród mieszkańców miasta i regionu, propagowania innowacyjności i popierania idei gospodarki opartej na wiedzy, np. fora gospodarcze, konferencje branżowe.

(dowód: akta kontroli str. 340-353; 513-517)

<sup>3</sup> Zasady działalności sponsoringowej dla Dozamel z dnia 27 kwietnia 2009 r. zostały pozytywnie zaopiniowane i zatwierdzone przez Radę Nadzorczą uchwałą z dnia 29 kwietnia 2009 r.

<sup>4</sup> Zasady działalności sponsoringowej dla Dozamel z dnia 27 stycznia 2017 r. zostały pozytywnie zaopiniowane i zatwierdzone przez Radę Nadzorczą uchwałą z dnia 4 lutego 2017 r.

1.4. Zasady działalności sponsoringowej Dozamel z dnia 27 kwietnia 2009 r. oraz z dnia 27 stycznia 2017 r., po uwzględnieniu przytoczonych w nich odpowiednio „Modelu” i „Dobrych praktyk”, przewidywały:

- planowanie corocznych działań sponsoringowych;
- uwarunkowanie działalności sponsoringowej od osiągnięcia zysku z działalności sponsoringowej w roku poprzednim i posiadanie wolnych środków na rachunku bieżącym w dniu podpisania umów sponsoringowych;
- coroczną informację Zarządu Dozamel z realizacji działań sponsoringowych z analizą celowości i efektywności jako element sprawozdania Zarządu z działalności Dozamel.

Dodatkowo zasady działalności sponsoringowej z dnia 27 stycznia 2017 r. przewidywały wprowadzanie do umów sponsoringowych klauzul umożliwiających monitorowanie wydatków sponsorowanego podmiotu, a nadto zobowiązywały do dokonywania corocznych rewizji działań sponsoringowych zapewniających optymalizację tych działań w Dozamel.

Ponadto, stosownie do ustaleń Rady Nadzorczej Dozamel zawartych w protokole z posiedzenia Rady z dnia 31 marca 2012 r. Zarząd Dozamel był zobowiązany do:

- przygotowania w I kwartale roku następnego i przedłożenie na posiedzenie Rady Nadzorczej raportów oceny efektywności wszystkich działań sponsoringowych, zawierających ocenę efektów każdego działania sponsoringowego z uwzględnieniem: [1] wpływu na relacje ze środowiskami ważnymi z punktu widzenia Dozamel, [2] odbioru medialnego, [3] wzrostu rangi marki, [4] zysku ze sprzedaży, [5] oceny wartości firmy;
- przedłożenia Radzie Nadzorczej na posiedzeniu w lipcu oraz marcu każdego roku informacji dotyczącej realizacji planu sponsoringowego odpowiednio, za okres I półrocza roku bieżącego oraz całego poprzedniego roku.

(dowód: akta kontroli str. 340-353; 513-517)

1.5. Zasady kontraktowania przez Dozamel usług związanych z realizacją zamówień dla klienta oraz na potrzeby własne, czyli również usług medialnych i doradczych, uregulowano w procedurze wewnętrznej 302.02.01 „Zakup usług”, ustalającej tryb postępowania w procesie zakupu usług. Powołane zasady określały organizację i proces decyzyjny zakupu usług w warunkach konkurencji rynkowej. Nie uwzględniały natomiast standardów dokonywania ocen efektów zakupu usług medialnych i doradczych.

W Dozamel nie określono wewnętrznych zasad mecenatu i udzielania darowizn, z zastrzeżeniem, że do czasu zakończenia kontroli nie prowadzono mecenatu.

(dowód: akta kontroli str. 531-559)

1.6. Dozamel nie posiadał w strukturze organizacyjnej służb do obsługi prawnej i w latach 2015-2017 (I półrocze) nie zatrudniał pracowników na stanowiskach doradców prawnych. Korzystał natomiast z usług prawniczych. Zawarł z kancelarią adwokacką umowę na świadczenie stałej, bieżącej obsługi prawnej za niezmienianą w okresie objętym kontrolą opłatą miesięczną w wysokości 15,4 tys. zł (z VAT). Umowa z kancelarią adwokacką przewidywała dodatkowe wynagrodzenie z tytułu zastępstwa procesowego, wynoszące w 2015 r. 9,2%, w 2016 r. 6,4%, a w I półroczu 2017 r. 0,5% kosztów bieżącej obsługi prawnej tej kancelarii.

Umowy z innymi kancelariami prawnymi na doradztwo prawne wyniosły w latach 2015-2017 (I półrocze) łącznie 37,1 tys. zł.

W strukturze organizacyjnej Dozamel funkcjonowało czteroosobowe Biuro Marketingu i Zarządzania Relacjami z Klientem. Do podstawowych zadań tego Biura

należało tworzenie polityki marketingowej w parciu o strategię Dozamel, realizacja działań marketingowych takich jak badanie rynku ustalanie celów promocyjnych, współpraca z agencjami reklamowymi, współdziałanie w zakresie public relations, a nadto wsparcie merytoryczne zakładów Dozamel w zakresie kształtowania strategii marketingowej i prowadzenie bieżącej działalności marketingowej Dozamel.

(dowód: akta kontroli str. 163-189; 923-931)

1.7. Zgodnie z powołanymi w pkt 1.3. zasadami działalności sponsoringowej z dnia 27 kwietnia 2009 r. oraz z dnia 27 stycznia 2017 r. Zarząd Dozamel sporządzał coroczne plany prowadzenia działalności sponsoringowej. Plany na lata 2015-2017 zostały pozytywnie zaopiniowane przez Radę Nadzorczą w formie uchwał.

Roczne plany działalności sponsoringowej w latach 2015-2017 zawierały założenia, cele, projektowany budżet, co w tym zakresie spełniało wymogi wynikające z zasad działalności sponsoringowej z dnia 27 kwietnia 2009 r. W wymienionych planach przedstawiano też przewidywaną ocenę efektywności sponsoringu, z zastrzeżeniem, iż w ocenie efektywności nie przedstawiano wymiernych korzyści wynikających z partycypowania środków Dozamel w zaplanowanych działaniach sponsoringowych.

Na rok 2015 zaplanowano działania sponsoringowe na kwotę 68,0 tys. zł (netto), a wykonano 12 działań na kwotę 37,5 tys. zł (42,2 tys. zł z VAT), tj. 55,1%, na rok 2016 zaplanowano na sponsoring 74,0 tys. zł, zrealizowano 17 działań w wysokości 53,4 tys. zł, tj. 72,2% (59,7 tys. zł z VAT), a na rok 2017 zaplanowano na sponsoring 68,0 tys. zł, przy czym w I półroczu 2017 r. wykonano siedem działań sponsoringowych za kwotę 15,8 tys. zł, tj. 23,2% (18,6 tys. zł z VAT). Do wymienionych wydatków sponsoringowych Zarząd Dozamel w latach 2015-2017 zaliczał kwoty przekazane jednemu z klubów sportowych osób niepełnosprawnych, a w 2016 r. także podmiotowi ochrony zdrowia na promowanie krwiodawstwa, zaewidencjonowane w systemie rachunkowości Dozamel na kontach przeznaczonych do księgowania przekazanych darowizn: w 2015 r. – 1,0 tys. zł, w 2016 r. – 2,5 tys. zł, w I półroczu 2017 r. - 1,0 tys. zł.

Dozamel w 2015 r. udzielił 14 darowizn charytatywnych na łączną kwotę 15,5 tys. zł, w 2016 r. pięć takich darowizn na kwotę 26,1 tys. zł, a w I półroczu 2017 r. również pięć darowizn na kwotę 16,8 tys. zł.

W 2015 r. na 28 usług doradczych (innych niż usługi medialne) Dozamel wydatkował 642,6 tys. zł (z VAT), w tym usługi prawne – 205,0 tys. zł, związane z przygotowaniem inwestycji – 63,1 tys. zł, z realizacją inwestycji 28,0 tys. zł, polegających na zleceniu operatów, ekspertyz i wycen – 159,4 tys. zł, z zakresu obsługi systemów informatycznych 168,6 tys. zł oraz wynikających ze zlecenia badania sprawozdania finansowego 18,5 tys. zł. W 2016 r. na 34 takich usług wydatkowano 1 327,6 tys. zł (z VAT), w tym odpowiednio usługi prawne – 228,9 tys. zł, związane z przygotowaniem inwestycji – 129,0 tys. zł, z realizacją inwestycji 155,6 tys. zł, polegających na zleceniu operatów, ekspertyz i wycen – 460,2 tys. zł, z zakresu obsługi systemów informatycznych 337,9 tys. zł oraz wynikających ze zlecenia badania sprawozdania finansowego 16,0 tys. zł. W I półroczu 2017 r. na 23 usługi doradcze wydano 654,4 tys. zł (z VAT), w tym odpowiednio na usługi prawne – 93,6 tys. zł, związane z przygotowaniem inwestycji – 26,5 tys. zł, z realizacją inwestycji – 82,5 tys. zł, polegających na zleceniu operatów, ekspertyz i wycen – 280,7 tys. zł, z zakresu obsługi systemów informatycznych – 154,7 tys. zł, oraz wynikających ze zlecenia badania sprawozdania finansowego – 16,5 tys. zł.

W 2015 r. na 13 zleconych usług medialnych wydatkowano 39,4 tys. zł, w tym dwóch reklamowych 30,7 tys. zł, w 2016 r. na 15 takich usług 63,6 tys. zł, w tym czterech reklamowych 43,9 tys. zł, a w I półroczu 2017 r. na dziewięć zleconych usług medialnych 33,7 tys. zł, w tym dwóch reklamowych 22,9 tys. zł.

(dowód: akta kontroli str. 354-511; 518-530; 561-646)

1.8. Do szczegółowych badań kontrolnych wyłoniono dokumentację:

- dziewięciu przedsięwzięć sponsoringowych<sup>5</sup> wykazanych przez Zarząd w informacjach dotyczących realizacji „Planu prowadzenia działalności sponsoringowej Dozamel” za rok 2015, rok 2016 oraz za I półrocze 2017 r. Łączna kwota wyłonionych do kontroli działań sponsoringowych wyniosła 53,6 tys. zł i stanowiła 44,5% ogółu działań sponsoringowych wykazanych przez Zarząd Dozamel w latach 2015-2017 (I półrocze);
- ośmiu usług doradczych<sup>6</sup> zrealizowanych w latach 2015-2017 (I półrocze) łącznie za 1 442,9 tys. zł, w tym na usługi prawne 492,1 tys. zł (93,3% ogółu wydatków poniesionych w tym okresie na usługi prawne), za operaty, ekspertyzy i wyceny – 637,5 tys. zł (70,8% takich wydatków ogółem) oraz obsługę systemów informatycznych – 313,3 tys. zł (47,4% ogółu wydatków poniesionych w tym okresie na obsługę systemów informatycznych);
- siedmiu usług medialnych<sup>7</sup>, zrealizowanych w latach 2016-2017 (I półrocze) stanowiących reklamy, tzw. artykuły sponsorowane oraz publiczne ogłoszenie o wszczęciu postępowania kwalifikacyjnego na stanowisko prezesa i członka zarządu Dozamel, łącznie za 30,1 tys. zł, stanowiące 22,0% ogółu wydatków na usługi medialne w tym okresie;
- cztery darowizny<sup>8</sup> na kwotę 27,4 tys. zł (nie licząc zasygnalizowanych wcześniej kwot przekazane jednemu z klubów sportowych osób niepełnosprawnych oraz podmiotowi ochrony zdrowia na promowanie krwiodawstwa, zaewidencjonowanych w systemie rachunkowości Dozamel na kontach przeznaczonych do księgowania darowizn, a zaliczonych mimo to przez Zarząd Dozamel do sponsoringu)<sup>9</sup>, tj. 46,9% ogółu darowizn udzielonych w latach 2015-2017 (I półrocze).

W trzech z dziewięciu wyłonionych do szczegółowych badań przedsięwzięć sponsoringowych wykazanych przez Zarząd Dozamel w informacjach dotyczących realizacji „Planu prowadzenia działalności sponsoringowej Dozamel” za 2015 r., 2016 r. oraz za I półrocze 2017 r. (łącznie na 30,4 tys. zł), z podmiotami sponsorowanymi zawarto pisemne umowy sponsoringu, które spełniały wymogi wynikające z zasad działalności sponsoringowej Dozamel z dnia 27 kwietnia 2009 r. oraz z dnia 27 stycznia 2017 r. W pozostałych przypadkach (sponsoringu na 23,2 tys. zł) z podmiotami sponsorowanymi nie sporządzano umów w formie pisemnej.

W sześciu z ośmiu wyłonionych do kontroli usług doradczych, z usługobiorcami spisano pisemne umowy zabezpieczające interes Dozamel w przypadku nienależytego wykonania przedmiotu zamówienia. W pozostałych dwóch przypadkach usługę prawną oraz ekspertyzy techniczne powierzono na podstawie pisemnego zlecenia określającego przedmiot zamówienia i termin jego wykonania.

<sup>5</sup> Wybrano siedem działań z okresu 2015-2017 (I półrocze) spośród przedsięwzięć o najwyższej wartości oraz dwa działania w wyniku doboru celowego, tj. zaliczonych w 2016 r. do działań sponsoringowych, mimo zaewidencjonowania wypłat w księdze rachunkowej na kontach 761004 lub 761007 „Przekazane darowizny”.

<sup>6</sup> Spośród usług doradczych, bez medialnych, o najwyższej wartości (kryterium wartościowe).

<sup>7</sup> Spośród usług medialnych o najwyższej wartości (kryterium wartościowe).

<sup>8</sup> Według kryterium wartościowego.

<sup>9</sup> Kwoty te wyłoniono do kontroli wymienionej w tiret pierwszym niniejszego punktu.



Wszystkie objęte szczegółową kontrolą usługi medialne zrealizowano na podstawie zleceń, na formularzu dostarczonym przez wydawnictwa, co – w myśl wyjaśnień Prezesa Zarządu – jest powszechnie stosowaną praktyką dla tego rodzaju usług.

Wypłata trzech z czterech darowizn na kwotę 12,5 tys. zł zrealizowana została w wyniku pisemnych wniosków zainteresowanych podmiotów, po zaakceptowaniu darowizny przez Prezesa Zarządu. Jedną natomiast z darowizn rzeczowych na rzecz jednej z jednostek opieki społecznej z województwa dolnośląskiego (wartości 14,9 tys. zł) poprzedzono pisemną umową darowizny z obdarowaną jednostką.

(dowód: akta kontroli str. 647-922)

*Ustalone  
nieprawidłowości*

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie stwierdzono następujące nieprawidłowości:

1. Nierzetelne raportowanie działalności sponsoringowej, skutkujące:
  - wykazywaniem w informacjach Zarządu Dozamel z realizacji planów prowadzenia działalności sponsoringowej (przedkładanych Radzie Nadzorczej Dozamel) oraz w rocznych sprawozdaniach tego Zarządu z działalności (przedstawianych Zgromadzeniu Wspólników Dozamel) różniących się od ewidencji księgowej rozmiarów tej działalności. I tak, wydatki sponsorowania w 2015 r. drużyny Akademii Piłkarskiej jednego z klubów sportowych w Kołobrzegu, wynoszące 3 676 zł (4 521 zł z VAT), zawyżono w ww. informacji Zarządu Dozamel i w sprawozdaniu do kwoty 4 500 zł (netto), tj. 5 535 zł z VAT, zaś wydatki sponsorowania jednej z imprez charytatywnych wynoszące 1 113 zł netto (1 300 zł z VAT) zawyżono w wymienionej informacji do kwoty 1 300 zł (bez VAT), a w sprawozdaniu z działalności Dozamel do kwoty 3 000 zł (bez VAT). Z kolei koszty sponsorowanego zakupu w 2016 r. strojów sportowych dla drużyny Akademii Piłkarskiej jednego z klubów sportowych w Kołobrzegu, wynoszące według ksiąg rachunkowych 4 302 zł (5 291 zł z VAT), w przekazanej Radzie Nadzorczej Dozamel informacji Zarządu Dozamel z realizacji planu prowadzenia działalności sponsoringowej za 2016 r. przedstawiono w kwocie 1 626 zł (2 000 zł z VAT), a w sprawozdaniu Zarządu Dozamel z działalności w 2016 r. w wysokości 4 626 zł (netto);
  - niejednorodnym ujmowaniem wydatków sponsoringowych i darowizn w raportach przedstawianych organom Dozamel (Radzie Nadzorczej i Zgromadzeniu Wspólników). Dotyczyło to w 2016 r. wypłat w łącznej kwocie 2 500 zł dla jednego z klubów sportowych osób niepełnosprawnych oraz podmiotu ochrony zdrowia na promowanie krwiodawstwa. Wymienione wypłaty w sprawozdaniu Zarządu Dozamel z działalności za 2016 r., przedkładanym Zgromadzeniu Wspólników Dozamel, zaliczone zostały do przekazanych przez Dozamel darowizn, zaś w informacji Zarządu Dozamel, dotyczącej realizacji „Planu prowadzenia działalności sponsoringowej Dozamel w 2016 r.”, wliczono je do wydatków sponsoringowych, mimo że w systemie rachunkowości Dozamel były zaewidencjonowane na kontach 761004 lub 761007 „przekazane darowizny” i nie sporządzono w ich sprawie pisemnych umów wymaganych wewnętrznymi zasadami regulującymi działalność sponsoringową.

Wymienione wyżej różnice pomiędzy danymi liczbowymi z ewidencji księgowej a wykazywanymi raportach i sprawozdaniach Prezes Zarządu tłumaczył omyłkami oraz brakiem jednoznacznych definicji sponsoringu.

Zdaniem NIK występowaniu przedstawionych wyżej omyłek i rozbieżności w dokumentach sprawozdawczych przedkładanych organom Dozamel mogłoby przeciwdziałać wyodrębnienie w ewidencji księgowej wydatków sponsoringowych, czego nie przewidziano w polityce rachunkowości Dozamel.

Poinformowany o powyższym Prezes Zarządu zarządzeniem z dnia 22 listopada 2017 r., tj. w trakcie niniejszej kontroli, dokonał zmian w polityce rachunkowości, wprowadzając do planu kont Dozamel konta przewidziane do ewidencjonowania usług sponsoringu. Tym samym od dnia 1 grudnia 2017 r. możliwe było generowanie w systemie rachunkowym Dozamel sald wyodrębnionych kosztów usług sponsoringowych.

(dowód: akta kontroli str. 121-162; 359-415; 429-511; 561-566; 924-945; 955-970)

2. Nieterminowe sporządzenie i przekazanie Radzie Nadzorczej Dozamel informacji Zarządu Dozamel o realizacji planu prowadzenia działalności sponsoringowej Dozamel w I półroczu 2017 r. Wzmiankowaną informację opracowano bowiem podczas trwania kontroli w październiku 2017 r. i przekazano na posiedzenie Rady Nadzorczej w dniu 1 grudnia 2017 r. Stosownie natomiast do uzgodnień z Radą Nadzorczą (protokół nr 7/VI/2012 z posiedzenia Rady Nadzorczej z dnia 31 marca 2012 r.) taka informacja powinna być przedłożona Radzie Nadzorczej Dozamel na posiedzeniu w miesiącu lipcu 2017 r.

Nieterminowe przekazanie Radzie Nadzorczej Dozamel Informacji Zarządu Dozamel dotyczącej realizacji „Planu prowadzenia działalności sponsoringowej Dozamel w I półroczu 2017 r. Prezes Zarządu tłumaczył przeoczeniem terminu sporządzenia i przekazania tego dokumentu adresatowi z powodu natłoku prac w lipcu i sierpniu 2017 r.

(dowód: akta kontroli str. 524-530; 955-967)

3. W sześciu z dziewięciu wyłonionych do szczegółowych badań przedsięwzięć sponsoringowych wymienionych w pkt 1.8. stwierdzono, że ze sponsorowanymi podmiotami nie zawarto pisemnych umów sponsoringowych wymaganych wewnętrznymi zasadami działalności sponsoringowej z dnia 27 kwietnia 2009 r. oraz 27 stycznia 2017 r. Dotyczyło to:

- „Sponsoringu amatorskiej sekcji strzeleckiej Dozamel” w formie zapłaty rocznej składki z tytułu członkostwa Dozamel w Bractwie Kurkowym Miasta Wrocławia w dniu 7 kwietnia 2015 r. w kwocie 5 000 zł;
- sponsoringu „I Mistrzostw strzeleckich WPP o Puchar Prezesa Dozamel” w formie zapłaty dodatkowej składki członkowskiej w Bractwie Kurkowym Miasta Wrocławia w dniu 4 sierpnia 2015 r. w kwocie 3 000 zł, a nadto opłacenia wystawionych dla Dozamel faktur przez wykonawców pucharu Prezesa, medali dla zdobywców trzech pierwszych miejsc oraz banneru reklamującego imprezę - w łącznej kwocie 1 157 zł (netto), tj. 1 352 zł (z VAT);
- „Sponsoringu drużyny Akademii Piłkarskiej jednego z klubów sportowych w Kołobrzegu” w formie rzeczowej – piłkarskich strojów oraz bluz z nadrukiem reklamowym Dozamel, zakupionych w maju oraz grudniu 2016 r., łącznie za 5 291 zł (z VAT);
- „Sponsoringu drużyny Akademii Piłkarskiej ww. klubu sportowego w Kołobrzegu” w formie zapłaty faktury wystawionej dla Dozamel za zakwaterowanie zespołu Akademii Piłkarskiej podczas turnieju w Słubicach w dniach 27-30 czerwca 2017 r. w kwocie 6 000 zł (z VAT);
- kwot przedstawionych w pkt 1 sekcji „Stwierdzone nieprawidłowości” (na str. 9-10 niniejszego wystąpienia pokontrolnego), przekazanych dwóm podmiotom w łącznej kwocie 2 500 zł, zaliczonych przez Zarząd Dozamel do wydatków sponsoringowych, choć zaewidencjonowanych w księgach rachunkowych jako darowizny.

Przed podjęciem przedmiotowych działań nie udokumentowano zatem zobowiązania Dozamel do spełnienia na rzecz sponsorowanego świadczenia

majątkowego, polegającego na przeniesieniu własności rzeczy, zapłacie kwoty pieniężnej bądź świadczenia usług na wskazany cel związany z działalnością sponsorowanego, a sponsorowanego do dokonania w interesie sponsora (Dozamel) określonych czynności, mających na celu utrwalenie lub polepszenie wizerunku sponsora, jego renomy, a także rozpoznawalności używanych przez niego oznaczeń odróżniających. Na piśmie nie zagwarantowano możliwości zaprzestania finansowania działania sponsoringowego w przypadku zaistnienia naruszenia prawa w sponsorowanej działalności, korupcji lub okoliczności potwierdzających pogorszenie kondycji finansowej Dozamel, a nadto nie zagwarantowano monitorowania wydatków sponsorowanego podmiotu. W ocenie NIK w tych przypadkach nie zabezpieczono dostatecznie interesu Dozamel. Było to sprzeczne z powołanymi wcześniej zasadami działalności sponsoringowej Dozamel z dnia 27 kwietnia 2009 r. oraz z dnia 27 stycznia 2017 r.

Prezes Zarządu wyjaśnił, iż przy braku pisemnych umów z podmiotami sponsorowanymi, uwzględniano deklaracje sponsorowanych promowania Dozamel przed przekazaniem im środków pieniężnych, albo informowanie o faktycznym promowaniu Dozamel z inicjatywy obdarowanych w przypadkach przekazania przez Dozamel środków z intencją darowizny. Prezes Zarządu wskazał również na porozumienie zawarte w dniu 20 grudnia 2012 r. z Bractwem Kurkowym Miasta Wrocławia, mające - jego zdaniem - stanowić w 2015 r. oraz w 2016 r. podstawę jednego z przedsięwzięć sponsoringowych, określonego jako „Sponsoring amatorskiej sekcji strzeleckiej Dozamel”.

Co do istoty powołane porozumienie, w zamian za opłacanie rocznych składek członkowskich (w 2015 r. i w 2016 r. po 5 000 zł), zapewniało dostęp do strzelnicy i udział w zajęciach strzelectwa sportowego grupy pracowników Dozamel (od 2014 r. - 11 osób). Niewątpliwie wzmiankowane zaangażowanie finansowe Dozamel sprzyjało aktywności wymienionej grupy pracowników Dozamel w sporcie strzeleckim, jednak powołanym porozumieniem z 20 grudnia 2012 r. Bractwo Kurkowe nie zobowiązywało się do promowania Dozamel oraz świadczonych przez Dozamel usług, co jest nieodłącznym elementem sponsoringu. W latach 2015-2016, w sposób udokumentowany, nie podejmowało takich działań. Zdaniem NIK, taki stan rzeczy podważa zaliczanie do sponsoringu wydatków z tytułu opłaty składki członkowskiej w Bractwie Kurkowym Miasta Wrocławia w 2015 r. oraz 2016 r., zwłaszcza, że w powołanym porozumieniu z 2012 r. strony deklarowały promowanie strzelectwa jako sportu, a nie Dozamel i świadczonych przez Dozamel usług. Podnieść jednocześnie należy, że w 2017 r., odmiennie niż w latach poprzednich, zmieniono tytuł opłaty składek członkowskich w tym stowarzyszeniu, traktując ją, jako element Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (dalej: „CSR”) w obszarze „miejsce pracy” poprzez wspieranie sportowych inicjatyw pracowniczych.

(dowód: akta kontroli str. 647-849; 955-967)

4. Naruszenie zasad składania oświadczeń woli w imieniu Dozamel, określonych w § 15 umowy Spółki Dozamel z dnia 26 września 1997 r. Zgodnie z nimi do składania oświadczeń w imieniu Dozamel wymagane było współdziałanie dwóch członków Zarządu lub jednego członka Zarządu łącznie z prokurentem. Tymczasem z objętych badaniem 13 działań sponsoringowych lub darowizn, w siedmiu przypadkach (w których nie zawarto pisemnych umów sponsoringu lub darowizny) decyzję o sponsoringu lub udzieleniu darowizny na łączną kwotę 44 561 zł podjął jednoosobowo Prezes Zarządu, natomiast w jednym przypadku, dotyczącym wypłaty kwoty 1 000 zł, brakowało jakiegokolwiek dokumentu wskazującego na osobę oświadczającą w imieniu Dozamel wolę w tym zakresie.

Prezes Zarządu wyjaśnił, iż w Dozamel przyjęto dopuszczalność dokonywania niewielkich kwotowo darowizn bez zachowania wymogów formalnych dotyczących formy tej czynności prawnej, przy czym owa „dopuszczalność” ma charakter zwyczajowy i nie została odzwierciedlona w żadnym przepisie wewnętrznym.

Zdaniem NIK, wskazane w wyjaśnieniach Prezesa Zarządu zwyczajowe procedury postępowania, nieprzewidziane w umowie spółki Dozamel, nie mogą pozostawać w sprzeczności z zasadami wynikającymi wprost z § 15 umowy spółki Dozamel.

(dowód: akta kontroli str. 7-87, 720-849, 955-967)

#### Ocena cząstkowa

Dozamel dysponował zasadami działalności sponsoringowej, zatwierdzonymi przez Radę Nadzorczą i uwzględniającymi uregulowania przewidziane przez Ministra Skarbu Państwa w „Modelu” oraz przez Ministerstwo Skarbu Państwa w „Dobrych praktykach”. Niemniej, w ocenie NIK, zasady te nie były w pełni przestrzegane, choćby w związku z przypadkami braku pisemnych umów z podmiotami sponsorowanymi. Stwierdzono również przypadki nierzetelnego i nieterminowego sprawozdawania, np. Radzie Nadzorczej Dozamel, odnośnie prowadzonej działalności sponsoringowej.

## 2. Mierzenie efektów działalności sponsoringowej oraz zakupionych usług medialnych i doradczych

*Opis stanu faktycznego*

2.1. W Dozamel nie opracowano i nie wdrożono procedur (standardów) dokonywania ocen mierzalnych efektów działalności sponsoringowej, mecenatu, darowizn oraz zakupu usług medialnych i doradczych, a nadto zasad raportowania usług doradczych i usług medialnych.

W odniesieniu do braku standardów dokonywania ocen mierzalnych efektów działalności sponsoringowej oraz zakupu usług medialnych Prezes Zarządu wyjaśnił, iż Dozamel jest w stanie określić i ocenia wpływ sponsoringu oraz z nakładów medialnych jedynie w kategorii skuteczności dotarcia do ważnych dla Dozamel grup interesariuszy i wpływ tych działań na wizerunek Dozamel, nie zaś w kategorii efektów ekonomicznych z tych działań.

Odnosząc się natomiast do nieustalenia zasad raportowania usług doradczych i medialnych oraz standardów oceny darowizn i zakupu usług doradczych Prezes Zarządu wyjaśnił, iż Zarząd Dozamel przyjął zasadę bieżącego monitorowania i kontrolowania przedmiotowych działań w ramach czynności zwykłego zarządu, nie formalizując tych kwestii.

(dowód: akta kontroli str. 923-970)

2.2. W wyniku zmiany Umowy Spółki Dozamel z dniem 10 sierpnia 2017 r. zobowiązano Zarząd Dozamel do przedkładania Zgromadzeniu Wspólników zaopiniowanego przez Radę Nadzorczą sprawozdania o wydatkach reprezentacyjnych, a także wydatkach na usługi prawne, usługi marketingowe, usługi w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej oraz usług doradztwa związanego z zarządzaniem, w terminie do końca kwietnia roku następującego po roku, którego dotyczy sprawozdanie. Z uwagi na termin wprowadzenia do Umowy Spółki tego zobowiązania, do czasu kontroli Zarząd Dozamel nie sporządzał przedmiotowego sprawozdania.

(dowód: akta kontroli str. 63-87; 923-970)

2.3. W latach 2015-2016 Zarząd Dozamel przekazał Radzie Nadzorczej Dozamel informacje ze wszystkich przedsięwzięć sponsoringowych, tj. 12 w 2015 r., a 17 w 2016 r. Wszystkie informacje obok opisu działania sponsoringowego zawierały m.in.:

- ocenę wpływu na relacje ze środowiskami ważnymi z punktu widzenia Dozamel – przedstawiającą potencjalne korzyści z przedsięwzięcia sponsoringowego, np. w przypadku powołanego w niniejszym wystąpieniu Sponsoringu amatorskiej sekcji strzeleckiej Dozamel, iż „będąc członkiem Bractwa Kurkowego Miasta Wrocławia, Dozamel ma możliwość nawiązania wielu relacji, w tym biznesowych, z innymi członkami, uczestnikami oraz gośćmi imprez i zawodów”, nie wskazując nawiązania przez pracowników Dozamel konkretnych relacji, w tym biznesowych,
- oceny: wzrostu rangi marki, zysków ze sprzedaży oraz wartości firmy – przedstawiając również potencjalne (ale nie mierzalne) efekty, np. w przypadku powołanego wyżej Sponsoringu amatorskiej sekcji strzeleckiej Dozamel, iż „można założyć”, że dzięki zaangażowaniu się Dozamel we wspieranie sekcji strzeleckiej w ramach Bractwa Kurkowego wartość firmy zostanie umocniona, albo, że na wzrost przyszłych zysków Dozamel może mieć wpływ [1] budowanie przychylnego klimatu do Dozamel, [2] przypomnienie i utrwalenie marki „Dozamel”, [3] umocnienie zaufania do Dozamel jako przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie, wspierającego pracownicze oraz lokalne inicjatywy w ramach realizowania posiadanej strategii CSR.

Wszystkie informacje Zarządu Dozamel o realizacji planu działalności sponsoringowej w latach 2015-2016 oraz raporty z poszczególnych działań sponsoringowych uzyskały pozytywną opinię (ocenę) Rady Nadzorczej, co znajdowało odzwierciedlenie w protokołach z posiedzeń i uchwałach Rady Nadzorczej.

(dowód: akta kontroli str. 190-275; 359-416; 437-512; 524-530)

*Ustalone  
nieprawidłowości*

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

*Uwagi dotyczące  
badanej działalności*

Zdaniem NIK zasadnym, z punktu widzenia celowości i rzetelności działań Zarządu Dozamel, byłoby rozszerzenie procedury wewnętrznej 302.02.01 „Zakup usług”, lub ustalenie dodatkowej procedury określającej standardy dokonywania ocen mierzalnych efektów działalności sponsoringowej oraz zakupu usług medialnych i doradczych, a nadto zasad raportowania o takich usługach.

Ponadto NIK zwraca uwagę na:

- a) potrzebę skonkretyzowania raportów o realizacji poszczególnych przedsięwzięć sponsoringowych tak, aby wynikały z nich realne, a nie tylko hipotetyczne korzyści z tych przedsięwzięć;
- b) konieczność dostosowania ewidencji księgowej, w szczególności planu kont, do zmienionej z dniem 10 sierpnia 2017 r. Umowy Spółki Dozamel. Wprawdzie uchwałą Zarządu Dozamel z dnia 21 listopada 2017 r. uwzględniono w planie kont nowe urządzenie księgowe do ewidencji usług sponsoringowych, marketingowych oraz usług w zakresie stosunków międzyludzkich (public relations) i komunikacji społecznej, jednakże uwzględniając obowiązki sprawozdawcze, określone w powołanej zmianie umowy Spółki Dozamel, wskazanym byłoby również – zdaniem NIK – rozdzielanie ewidencji:
  - usług doradczych i prawnych, ewidencjonowanych dotychczas na wspólnym koncie 421208,
  - usług doradztwa związanego z zarządzaniem, ewidencjonowanych łącznie z wynagrodzeniami z tytułu kontraktów menadżerskich członków Zarządu Dozamel, na koncie 431303.

(dowód: akta kontroli str. 63-88; 955-967; 975-1002)

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie, niemniej zwraca uwagę w szczególności na potrzebę opracowania i wdrożenia procedur (standardów) dokonywania ocen mierzalnych efektów działalności sponsoringowej oraz związanych z zakupem usług medialnych i doradczych.

### 3. Osiągnięcie rezultatów działalności sponsoringowej oraz wydatkowania środków na zakup usług medialnych i doradczych

Opis stanu  
faktycznego

3.1. Wartość EBITDA<sup>10</sup> Dozamel zwiększyła się z 55 245 tys. zł w 2006 r. do 164 859 tys. zł w 2011 r. oraz do 206 990 tys. zł w 2016 r.

(dowód: akta kontroli str. 932)

3.2. Celem zamówienia wyłonionych do kontroli usług medialnych (wymienionych w pkt 1.8. tiret trzecim) było:

- w jednym przypadku, dotyczącym kwoty 7 872 zł (z VAT), zamówienie z dnia 18 marca 2016 r., publiczne ogłoszenie o wszczęciu postępowania kwalifikacyjnego na stanowiska prezesa i członka zarządu, do czego zobowiązywała Zarząd Dozamel uchwała Rady Nadzorczej Dozamel z dnia 16 marca 2016 r.,
- w jednym przypadku, dotyczącym 3 465 zł (z VAT), zamówienie z dnia 25 sierpnia 2015 r., ogłoszenie na składnie ofert na badanie sprawozdania finansowego Dozamel. Obowiązek dokonania wzmiankowanego ogłoszenia wynikał z regulujących przedmiotową kwestię zarządzeń Ministra Skarbu Państwa,
- w dwóch przypadkach, dotyczących kwoty 7 736 zł (z VAT), reklamowanie w popularnym magazynie branżowym oferty Centrum BHP Wrocławskiego Parku Przemysłowego,
- w trzech przypadkach, dotyczących łącznej kwoty 11 070 zł (z VAT), wydanie w znanym periodyku (magazynie) tzw. artykułów sponsorowanych opisujących [1] strategię CSR Dozamel z okazji przyznania Spółce nagrody „Gryfa” w kategorii „Odpowiedzialność społeczna firmy”, [2] wdrażane przez Dozamel systemy i standardy zapewnienia jakości, bezpieczeństwa i ciągłości działania w kontekście rosnących wymagań międzynarodowych koncernów (klientów Dozamel), [3] debatę naukową dotyczącą innowacyjności w biznesie, zorganizowaną przez Dozamel wspólnie z Politechniką Wrocławską.

(dowód: akta kontroli str. 276-301; 561; 579-646; 932-970)

3.3 Dokumentacja ośmiu zbadanych usług doradczych, wymienionych w pkt 1.8. tiret drugim (o łącznej wartości 1 442,9 tys. zł) – wskazuje, iż wszystkie zostały zrealizowane w założonych terminach i wykorzystane zgodnie z celami określonymi przy ich zamawianiu.

(dowód: akta kontroli str. 302-339; 561-578)

Ustalono  
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

Uwaga dotycząca  
badanej działalności

NIK zauważa, iż w Dozamel nie określano, na etapie zarówno planowania, jak i realizacji, efektów (w kategoriach ekonomicznych) z działalności sponsoringowej ani wynikających z zakupu usług medialnych i doradczych.

Prezes Zarządu wskazał, iż działaniom sponsoringowym Dozamel nie towarzyszą kampanie reklamowe prowadzone przez Dozamel, dlatego nie prowadzono analiz

<sup>10</sup> EBITDA (ang. Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) - Wskaźnik prezentujący wartość firmy.

właściwych przy realizacji takich kampanii. Zdaniem Prezesa Dozamel wpływu sponsoringu i usług, w tym medialnych, nie można określić w kategoriach mierzalnych w krótkim okresie czasu. Sponsoring jest jednym ze stosowanych narzędzi promocji, np. z usługami medialnymi, i jest nakierowany przede wszystkim na długookresowe kształtowanie i promocję pozytywnego wizerunku Dozamel w otoczeniu oraz tworzenie i wzmacnianie relacji ze środowiskami ważnymi z punktu widzenia tej Spółki.

(dowód: akta kontroli str. 932-941)

#### Ocena cząstkowa

W związku z nieokreśleniem na etapie planowania i realizacji przedsięwzięć sponsoringowych wymiernych wskaźników efektywności takich działań, nie było możliwości oceny osiągniętych celów dla podjętej działalności sponsoringowej. Osiągnięte zostały natomiast cele, dla których zlecano usługi doradcze i medialne.

#### **4. Gospodarność wydatkowania środków na działalność sponsoringową oraz zakup usług medialnych i doradczych**

*Opis stanu faktycznego*

4.1. Wydatki na 12 zrealizowanych działań sponsoringowych w 2015 r. w wysokości 37,5 tys. zł (netto) stanowiły 55,1% kwoty zaplanowanej (68,0 tys. zł). Do kwoty 34,5 tys. zł zostały poniesione na działania określone wprost w planie działalności sponsoringowej na 2015 r., natomiast w pozostałej części, tj. 3,0 tys. zł zostały sfinansowane w ramach przewidzianej w tym planie rezerwy w wysokości 18,0 tys. zł.

Zaplanowane na 2016 r. wydatki na działania sponsoringowe w kwocie 74,0 tys. zł (bez VAT) zostały zrealizowane w wysokości 53,4 tys. zł, tj. w 72,2%. Wszystkie zrealizowane wydatki, łącznie na 17 działań sponsoringowych były ujęte w planie działalności sponsoringowej na 2016 r.

Zaplanowane na 2017 r. wydatki na działania sponsoringowe w wysokości 68,0 tys. zł (bez VAT) w I półroczu 2017 r. zrealizowano w kwocie 18,6 tys. zł, tj. na poziomie 27,4%. Wszystkie zrealizowane wydatki, dotyczące łącznie siedmiu działań sponsoringowych były ujęte w planie działalności sponsoringowej na 2017 r.

(dowód: akta kontroli str. 359-415; 437-511; 524-530; 561-566)

4.2. Spośród zbadanych podczas niniejszej kontroli ośmiu zamówień na usługi doradcze, wymienionych w pkt 1.8. (w tiret drugim), cztery, na które w latach 2015-2017 (I półrocze) wydatkowano 505,5 tys. zł, dotyczyły usług zleconych w okresie objętym kontrolą, tj. w latach 2015-2017 (I półrocze). Pozostałe cztery usługi doradcze dotyczyły kontynuacji umów zawartych przed 2015 r. Z umów (zleceń) z lat 2015-2017 jedną umowę zawarto w trybie określonym procedurą 302.02.01 „Zakup usług”. W wyniku tej umowy w badanym okresie wydatkowano 9,5 tys. zł. Trzy pozostałe umowy/zlecenia, w wyniku których w latach 2015-2017 (I półrocze) wydatkowano 496,0 tys. zł, podjęto bez stosowania ww. procedury, co zostało w niej przewidziane. Prezes Zarządu tłumaczył to nadzwyczajnymi okolicznościami występującymi w czasie zawierania umowy, bądź udzielania zleceń. I tak np., umowę na doradztwo kosztowe - optymalizację kosztów podatku akcyzowego zawartego w cenie wyrobów gazowych – zawarto po wykonaniu przez usługodawcę raportu możliwych oszczędności podatkowych. Uwzględniając korzyści dla Dozamel wynikające z tego raportu, z usługodawcą uzgodniono wynagrodzenie, część zysku ze zwrotu podatku akcyzowego w tzw. okresie referencyjnym. Z usługodawcą wynegocjowano przy tym skrócenie pierwotnego okresu referencyjnego o rok, tj. do końca 2017 r. Ponadto, zlecenie wykonania ekspertyz kolejowych obiektów inżynierskich, z pominięciem procedury 302.02.01 „Zakup usług”, umożliwi transport ponadgabarytowych urządzeń wykonanych przez jednego z kluczowych

kontrahentów Dozamel. Prezes Zarządu podał, że wykonawcę przedmiotowych ekspertyz wskazał kontrahent Dozamel, refinansujący koszty ich wykonania.

Siedem zbadanych usług medialnych, wymienionych w pkt. 1.8. (tiret trzecim) niniejszego wystąpienia pokontrolnego, zlecono z zachowaniem procedury 302.02.01 „Zakup usług”, tj. w formie przewidzianych w tej procedurze negocjacji, trybu ofertowego lub w wyniku rozpoznania cenowego.

Przed uruchomieniem procedury zakupu usług medialnych w dwóch przypadkach dokonano szacunku wartości zamówień. W obu koszty zamówionych usług medialnych mieściły się w wielkościach oszacowanych przed ich udzieleniem.

(dowód: akta kontroli str. 276-339; 567-578)

*Ustalona  
nieprawidłowość*

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie za nierzetelne NIK uznała niedokumentowanie wyceny wartości zamówienia. Dotyczyło to pięciu zbadanych zleceń usług medialnych oraz ośmiu zbadanych zleceń usług doradczych.

Prezes Zarządu wskazując, iż procedura 302.02.01. „Zakup usług” nie zawiera wprost zapisów dotyczących szacowania wartości zamówienia i formalnego przeprowadzenia tego etapu, utrzymywał, że każdy menadżer odpowiedzialny w Dozamel za powierzony obszar działania, posiada wiedzę rynkową w danym obszarze i na bieżąco kontroluje rynek oraz ceny usług.

*Uwaga dotycząca  
badanej działalności*

NIK zwraca uwagę, iż zlecenie usług doradczych bez zachowania pisemnej formy umowy (co wystąpiło w dwu z ośmiu wyłonionych do kontroli usług doradczych), stwarza ryzyko strat w przypadku nienależytego wykonania usług. Ryzyko to, zdaniem NIK, można znacząco ograniczyć wprowadzając zasadę pisemności umów uwzględniających zabezpieczenia, także finansowe, w przypadku nienależytego ich wykonania.

**Ocena cząstkowa**

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym obszarze, bowiem stwierdzone przypadki niedokumentowania wyceny wartości zamówień nie skutkowały zawyżeniem cen pozyskanych usług, przez co nie miały istotnego wpływu na przedmiotową ocenę.

## IV. Wnioski

*Wnioski pokontrolne*

Przedstawiając powyższe oceny i uwagi wynikające z ustaleń kontroli, Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 53 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli<sup>11</sup> (dalej: „ustawa o NIK”), wnosi o:

1. Podejmowanie przedsięwzięć sponsoringowych wyłącznie na podstawie pisemnych umów zabezpieczających interesy Dozamel, przewidzianych w zasadach działalności sponsoringowej dla Dozamel z dnia 27 stycznia 2017 r. (implementowanych z „Dobrych praktyk”), uwzględniając m.in. klauzulę umożliwiającą monitorowanie wydatków sponsorowanego podmiotu, zapewniającą wgląd do dokumentacji finansowej związanej z realizacją umów sponsoringowych, a tym samym gwarantującą przeznaczenie środków finansowych na wydatki związane z realizacją zobowiązań wobec Dozamel.
2. Prezentowanie w informacjach Zarządu Dozamel z realizacji planów prowadzenia działalności sponsoringowej (przedkładanych Radzie Nadzorczej Dozamel) oraz w rocznych sprawozdaniach Zarządu Dozamel z działalności (przedstawianych Zgromadzeniu Wspólników) danych zgodnych z ewidencją księgową.

<sup>11</sup> Dz. U. z 2017 r., poz. 524.



3. Przekazywanie Radzie Nadzorczej Dozamel informacji z realizacji planów prowadzenia działalności sponsoringowej w terminach określonych w zasadach działalności sponsoringowej dla Dozamel z dnia 27 stycznia 2017 r.
4. Dokonywanie ocen mierzalnych efektów działalności sponsoringowej.
5. Dokumentowanie, w procesie zamawiania usług doradczych i medialnych, szacunkowej wartości zamierzonego zamówienia, z jednoczesnym rozważeniem wprowadzenia tego obowiązku do procedury wewnętrznej 302.02.01 „Zakup usług”.

## V. Pozostałe informacje i pouczenia

*Prawo zgłoszenia  
zastrzeżeń*

Wystąpienie pokontrolne zostało sporządzone w dwóch egzemplarzach; jeden dla kierownika jednostki kontrolowanej, drugi do akt kontroli.

Zgodnie z art. 54 *ustawy o NIK* kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do dyrektora Delegatury NIK we Wrocławiu.

*Obowiązek  
poinformowania  
NIK o sposobie  
wykorzystania uwag  
i wykonania wniosków*

Zgodnie z art. 62 *ustawy o NIK* proszę o poinformowanie Najwyższej Izby Kontroli, w terminie 21 dni od otrzymania wystąpienia pokontrolnego, o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosków pokontrolnych oraz o podjętych działaniach lub przyczynach niepodjęcia tych działań.

W przypadku wniesienia zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, termin przedstawienia informacji liczy się od dnia otrzymania uchwały o oddaleniu zastrzeżeń w całości lub zmienionego wystąpienia pokontrolnego.

Wrocław, dnia 16 stycznia 2018 r.

Kontroler:  
Andrzej Skupiński  
Doradca ekonomiczny

Najwyższa Izba Kontroli  
Delegatura we Wrocławiu  
Dyrektor  
z up.  
Ziemowit Florkowski  
Wicedyrektor

.....  
*podpis*

.....  
*podpis*

LWR.410.025.02.2017  
P/17/021

Wrocław, dnia 27 lutego 2018 r.

**Pan  
Paweł Kowalczewski  
Prezes Zarządu  
Dolnośląskich Zakładów  
Usługowo Produkcyjnych  
Dozamel Sp. z o.o.  
we Wrocławiu**

### **POWIADOMIENIE**

Zgodnie z art. 35c ust. 3 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o *Najwyższej Izbie Kontroli* (Dz. U. z 2017 r., poz. 524), Najwyższa Izba Kontroli Delegatura we Wrocławiu powiadamia, że w tekście wystąpienia pokontrolnego z dnia 16 stycznia 2018 r., sporządzonego w związku z kontrolą P/17/021 – „Wydatki spółek z udziałem Skarbu Państwa na działalność sponsoringową, medialną i usługi doradcze”, przeprowadzoną w Dolnośląskich Zakładach Usługowo Produkcyjnych Dozamel Sp. z o.o. we Wrocławiu, dokonano w dniu 27 lutego 2018 r. sprostowania oczywistych omyłek pisarskich, poprzez zastąpienie:

na str. 14 (w wierszach 8 i 9 od góry) kwot „55 245 tys. zł”, „164 859 tys. zł” oraz „206 990 tys. zł”, kwotami odpowiednio „5 525 tys. zł”, „16 486 tys. zł” oraz „20 699 tys. zł”.

Sprostowanie niniejszych omyłek nie podlega zaskarżeniu.

Najwyższa Izba Kontroli  
Delegatura we Wrocławiu

Dyrektor  
z up.  
Ziemowit Florkowski  
Wicedyrektor