

Protokół kontroli

przeprowadzonej w Starostwie Powiatowym w Kielcach, al. IX Wieków Kielc 3, kod 25-516 Kielce, numer statystyczny: 291019755, zwanego dalej „Starostwem”.

Kontrolę przeprowadzili:

- Anna Górczyńska, główny specjalista kontroli państwowej, Najwyższej Izby Kontroli Delegatury w Kielcach na podstawie upoważnienia do kontroli nr 076177 z dnia 17 listopada 2011 r., w okresie od 18 listopada 2011 r. do 30 listopada 2011 r.

- Krzysztof Wilkosz, specjalista kontroli państwowej, Najwyższej Izby Kontroli Delegatury w Kielcach na podstawie upoważnienia do kontroli nr 076178 z dnia 22 listopada 2011 r., w okresie od 22 listopada 2011 r. do 30 listopada 2011 r.

[Dowód: akta kontroli str. 1-2]

Starostą Powiatu Kieleckiego od 1 grudnia 2010 r. jest Zdzisław Wrzałka. Poprzednio funkcję tę sprawował Zenon Janus.

Członkowie Zarządu kadencji 2010 – 2014, od dnia 1 grudnia 2010 r.:

Jacek Barański, Michał Godowski, Bogdan Gierada.

Członkowie Zarządu poprzedniej kadencji (2006 – 2010):

Ryszard Barwinek, Bogdan Gierada, Szymon Jarzyna.

Naczelnikiem Wydziału Rozwoju od dnia 2 listopada 2005 r. jest Bożena Gumułka. Zarządzeniem wewnętrznym nr 47/11 z dnia 30 czerwca 2011 r. Starosta Kielecki podporządkował organizacyjnie Wydział Rozwoju i Wydział Edukacji, Kultury, Turystyki i Sportu obecnemu Wicestarosie Zenonowi Janusowi.

[Dowód: akta kontroli str. 223-226]

Przedmiotem kontroli były działania promocyjne powiatu w latach 2010-2011 (III kwartały), w tym w szczególności wykorzystanie środków publicznych na tę działalność oraz jej efekty. Dane liczbowe dotyczące wysokości wydatków na działania promocyjne przedstawiono z 2007-2011 r.(III kwartały).

Ilekoć w niniejszym protokole użyto określenia:

- **ustawa o NIK** – oznacza to ustawę z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli (Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm.).

W toku kontroli ustalono co następuje:

1. Planowanie działań promocyjnych i ujęcie ich w dokumencie strategicznym dotyczącym promocji.

„Strategia Rozwoju Powiatu Kieleckiego do roku 2020” (dalej: Strategia Rozwoju) została przyjęta uchwałą Rady Powiatu w Kielcach z dnia 30 marca 2010 r. W Strategii Rozwoju zapisano, że jest to dokument wyjściowy dla poszczególnych, branżowych strategii i jest kontynuacją „Strategii Rozwoju Powiatu Kieleckiego” na lata 2001-2015 przyjętej przez Radę Powiatu dnia 28 lutego 2002 r. wraz z jej aktualizacją zatwierdzoną uchwałą z dnia 30 maja 2006 r.

W Strategii Rozwoju ustalono cele strategiczne w obszarach:

1. Rozwój zasobów ludzkich i instytucjonalnych,
2. Ochrona i racjonalne wykorzystanie środowiska i dóbr kultury,
3. Rozwój gospodarczy oraz rozwój infrastruktury technicznej i społecznej.

Do poszczególnych celów przyporządkowane zostały priorytety, które stanowiły wyznaczenie celów szczegółowych, będących wyznacznikiem kierunków działań powiatu.

W celu I, priorytecie 1 jako jedno z zadań wskazano:

- partnerska współpraca i realizacja wspólnych przedsięwzięć edukacyjnych szkół z terenu powiatu kieleckiego z jednostkami oświatowymi z krajów Unii Europejskiej.

W celu II, priorytecie 3 jako zadania wskazano:

- tworzenie i promocja oferty kulturalnej i turystycznej powiatu kieleckiego,
- promocja i upowszechnianie folkloru i kultury mieszkańców powiatu kieleckiego.

W Strategii Rozwoju zapisano, że jej monitoring obejmuje:

- zbieranie danych i informacji dotyczących realizacji celów strategicznych, priorytetów i zadań,
- analizę zebranych danych oraz przygotowanie corocznych informacji dotyczących stanu realizacji Strategii,
- ocenę osiągniętych rezultatów,
- analizę i ocenę rozbieżności pomiędzy zakładanymi celami, a osiągniętymi efektami.

Realizacja zadań określonych w strategii monitorować miał Wydział Rozwoju Starostwa w trakcie całego okresu obowiązywania dokumentu. Na jego podstawie powinny zostać przygotowane coroczne raporty zbiorcze dotyczące postępów we wdrażaniu Strategii i umożliwiające ocenę jej wykonania. Zarząd Powiatu zatwierdza przygotowany raport i przedkłada go do wiadomości Rady Powiatu.

[Dowód: akta kontroli str. 303, 318]

Zarząd Powiatu uchwałą z 25 maja 2011 r. przyjął „Raport z monitoringu i oceny realizacji Strategii Rozwoju Powiatu Kieleckiego do roku 2020” przygotowany przez Wydział Rozwoju. W uchwale zapisano, że raport przedkłada się także Przewodniczącemu Rady Powiatu w Kielcach. Raport (wg stanu na dzień 31 grudnia 2010 r.) stanowił przegląd i określenie zaawansowania projektów realizowanych przez Powiat Kielecki i jego jednostki organizacyjne. Raport w układzie tabelarycznym przedstawiał poszczególne projektu w podziale na cele i priorytety oraz zadania przyjęte w Strategii Rozwoju.

W ww. celu I, priorytecie 1, zadania: partnerska współpraca i realizacja wspólnych przedsięwzięć edukacyjnych szkół z terenu powiatu kieleckiego z jednostkami oświatowymi z krajów Unii Europejskiej opisano będący w trakcie realizacji projekt Zespołu Szkół nr 3 w Chmielniku w partnerstwie z centrum Kształcenia Zawodowego w Rodewisch (w Saksonii) pn. Tożsamość narodowa w Europie.

W ww. celu II, priorytecie 3, zadań: tworzenie i promocja oferty kulturalnej i turystycznej powiatu kieleckiego oraz promocja i upowszechnianie folkloru i kultury mieszkańców powiatu kieleckiego nie wykazano żadnych projektów ani innych zadań.

Zarząd Powiatu w uchwale z dnia 25 maja 2011 r. przyjął też „Sprawozdanie z monitoringu i oceny realizacji Planu Rozwoju Lokalnego Powiatu Kieleckiego”

Realizowany w 2010 r. projekt pn. „Turystyczna i gospodarcza kampania promocyjna Powiatu Kieleckiego” został natomiast uwzględniony w sprawozdaniu z monitoringu innego dokumentu o charakterze strategiczno-rozwojowym tj. „Planu Rozwoju Lokalnego Powiatu Kieleckiego” (Plan Rozwoju Lokalnego). Plan Rozwoju Lokalnego został przyjęty Uchwałą Nr XVI/93/08 Rady Powiatu z dnia 6 listopada 2008 r. Jednym z przyjętych w nim celów było zwiększenie standardu usług turystycznych. W Planie Rozwoju Lokalnego przewidziany był do realizacji w ramach wyznaczonych zadań m.in. projekt: promocja walorów turystycznych Powiatu Kieleckiego poprzez oznakowanie obiektów kultury, pomników przyrody i miejsc rekreacji.

[Dowód: akta kontroli str. 304, 307-317]

Ponadto uchwałą Rady Powiatu w Kielcach z dnia 31 marca 2004 r. została przyjęta Strategia Rozwoju Turystyki w Powiecie Kieleckim w latach 2004 -2013 (dalej: Strategia Rozwoju Turystyki).

W Strategii Rozwoju Turystyki zapisano, że jest ona dokumentem uzupełniającym do Strategii Rozwoju Powiatu Kieleckiego oraz że oba dokumenty mają charakter otwarty i elastyczny, co pozwala na dokonywanie w przyszłości ewentualnych zmian i poprawek.

Ww. dokumencie określono cel strategiczny tj.: Poprawa atrakcyjności i konkurencyjności turystycznej powiatu kieleckiego warunkiem zrównoważonego wszechstronnego rozwoju, przedsiębiorczości i zawodów alternatywnych. Jako jeden z celów warunkujących realizację tego celu głównego wskazano promocję produktu turystycznego i marki turystycznej (udział w targach turystycznych, organizacja imprez promocyjnych, opracowywanie wydawnictw promocyjnych).

W Strategii Rozwoju Turystyki zapisano, że monitoring strategii będzie jej nieodłącznym elementem i ciągłym procesem obserwacji zmian wybranych wskaźników, co zapewni skuteczny przepływ informacji oraz aktualizacji bazy danych.

Monitoring miał być prowadzony m.in. w następujących obszarach tematycznych:

- systematyczne gromadzenie danych liczbowych,
- aktualizacji informacji ze sfery uwarunkowań prawnych i formalnych,
- prowadzenie analiz porównawczych i tematycznych,
- ocen osiągniętych rezultatów oraz stopnia wdrożenia projektów,
- ocen rozbieżności pomiędzy przyjętymi założeniami a stanem aktualnym na okres sprawozdawczy.

Monitoring w długofalowej perspektywie umożliwić miał obserwację dynamiki realizacji celów.

[Dowód: akta kontroli str. 318-321]

W sprawie monitoringu realizacji celu warunkującego: promocja produktu turystycznego i marki turystycznej Starosta wyjaśnił:

W 2010 r. realizowany był ze środków Unii Europejskiej projekt pn. „Turystyczna i Gospodarcza Kampania Promocyjna Powiatu Kieleckiego”, w ramach którego powstały nowe produkty turystyczne: gabloty informacyjne – 19 sztuk, tablice przyobiektowe – 31 sztuk, odnowiono piesze szlaki turystyczne – 313 km długości, stworzono wirtualny spacer powiecie kieleckim obejmujący 19 gmin, wydano przewodniki turystyczne w trzech językach tj. po 1500 szt. w wersji niemieckiej i angielskiej oraz 3000 szt. w języku polskim, odbyła się również szeroka promocja, reklama w internecie. Celem strategicznym było stworzenie spójnej informacji turystycznej i promocji produktów turystycznych. Przeprowadzono badania efektywności projektu i preferencji turystycznych, analizę rynku lokalnego i potrzeb, która jest zawarta w Raporcie I (Raport II powstanie dopiero w grudniu 2011 r.) Z zebranych danych liczbowych dotyczących ruchu turystycznego wynika, że powstałe produkty przyczyniają się do wzrostu liczby odwiedzających powiat. (w załączeniu

kserokopia: opinia Świętokrzyskiego Parku Narodowego, informacja Stowarzyszenia Ziemia Świętokrzyska, informacja Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej). Wszystkie produkty wykorzystano z wysokiej jakości materiałów, znaki na szlakach turystycznych zgodnie z zasadami zawartymi w instrukcji znakowania szlaków turystycznych. Wydawnictwa i materiały reklamowe wyprodukowano z wysokiej jakości materiałów, zapewniający maksymalny efekt przy realizacji celu. Kampania promocyjna to wybrany zespół narzędzi, które tworzą spójną całość. Poprawienie wizerunku powiatu kieleckiego przekłada się na podniesienie świadomości turysty, odwiedzający powiat dzięki dostępnej informacji dokonuje wyboru miejsca wypoczynku, noclegu i usług gastronomicznych. Wzrost ruchu turystycznego to doskonała promocja regionu i rozwój sektora około turystycznego. Zakładane wskaźniki produktu i rezultatu zostały osiągnięte. Odnowione szlaki piesze to lepsza infrastruktura dla turysty pieszego. Wirtualny spacer daje możliwości wyboru miejsc atrakcyjnych nie tylko w Polsce ale i za granicą (spacer jest przygotowany w trzech językach). Co roku przygotowywana jest Informacja z Realizacji Strategii Rozwoju Turystyki, w której szczegółowo podane są działania wynikające z realizacji projektów. Jednocześnie podejmowane są działania promocyjne poprzez organizację przeglądów i prezentacji artystycznych, konkursów: fotograficznych, na najpiękniejsze gospodarstwo agroturystyczne, na najsmaczniejszą tradycyjną potrawę , szkolenia dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych, wydawnictwa książkowe i broszurowe (Pieszko i rowerem po znakowanych szlakach turystycznych, przyroda na szlakach powiatu kieleckiego, Szewczucha i inne potrawy powiatu kieleckiego, Męczybuły, Gospodarstwa Agroturystyczne – informator). Wszystkie działania są ze sobą spójne i celem nadrzędnym jest prowadzona na wszystkich płaszczynach - promocja powiatu. Powiat w latach 2010 i 2011 r. brał udział w Targach Rolnych w Plauen (marzec 2010, kwiecień 2011).

[Dowód: akta kontroli str. 171-173 i 322-324]

W projekcie pn. „Turystyczna i Gospodarcza Kampania Promocyjna Powiatu Kieleckiego” przyjęto m.in. jako kluczowy wskaźnik rezultatu

- liczba osób korzystających z produktów turystycznych (źródło: monitoring powiatu). Na 2010 r. i 2011 r. przyjęto, że wskaźnik ten przyjmie wartość ponad 2 mln (na 2015 r. założono natomiast wartość blisko 3 mln).

Do ww. wyjaśnień Starosty załączone zostały informacje na temat obsługi ruchu turystycznego na terenie Gór Świętokrzyskich w powiecie kieleckim przekazane przez Stowarzyszenie Ziemia Świętokrzyska, Świętokrzyski Park Narodowy i Regionalne

Centrum Informacji Turystycznej (RCIT). Z informacji tych wynikało, że w II połowie 2010 r. przewodnicy ze Stowarzyszenia oprowadzali uczestników rajdów pieszych (ok. 550 uczestników), a ponadto współuczestniczyli w organizacji rajdu pielgrzymkowego na Święty Krzyż, w którym wzięło udział 3.000 turystów. Ponadto na zlecenie biur podróży oprowadzono ok. 20 wycieczek (średnio po 35 osób w każdej). Świętokrzyski Park Narodowy oszacował, że liczba odwiedzających park turystów i korzystających przy tej okazji z nowych tablic informacyjnych wyniosła (od czasu ich postawienia) ok. 30-40 tys. Analizy RCIT wskazywały, że w 2010 r. z powstałej w ramach projektu infrastruktury skorzystało ok. 200 tys. mieszkańców.

[Dowód: akta kontroli str. 229-236, 346-348]

Starosta wyjaśnił: *Powiat nie posiada dokumentu strategicznego z zakresu promocji. Działania promocyjne obejmują działania i imprezy cykliczne oraz działania jednorazowe, których powiat jest współorganizatorem. Działania jednorazowe wynikają z zaproszeń przez inne jednostki organizacyjne do współdziałania. W każdym takim przypadku sprawa rozpatrywana jest indywidualnie na posiedzeniu Zarządu. Zarząd decyduje o podejmowaniu działań i zakresu zaangażowania powiatu.*

[Dowód: akta kontroli str. 156-170]

Na pytanie w jaki sposób w latach 2010 – 2011 dokonywano analizy potrzeb w zakresie działań promocyjnych, Starosta udzielił odpowiedzi:

Analizy dokonuje się w sposób planowy pod koniec roku ubiegłego, uwzględniając wydatki związane między innymi z wydawnictwami, materiałami promocyjnymi, z działaniami promocyjnymi powiatu w czasie targów i innych imprez, umowami o dzieło i zleceniami oraz usługami poligraficznymi. Wstępnej analizy dokonują pracownik jednoosobowego stanowiska ds. promocji, Naczelnik Wydziału Rozwoju oraz Rzecznik Prasowy Starostwa. Suma wydatków na działania promocyjne przyjmowana i zatwierdzana jest przez Zarząd Powiatu Kieleckiego w uchwale budżetowej na następny rok.

[Dowód: akta kontroli str. 156-170]

Odnośnie planowania wydatków na działania promocyjne w 2010 r. (w szczególności w rozdziale 75075) Naczelnik Wydziału Rozwoju w Starostwie Bożena Gumułka wyjaśniła, że wydatki bieżące w kwocie 193.512 zł ujęte w projekcie budżetu powiatu na 2010 r. to wydatki szacowane do budżetu roku 2010 r. Wyjaśniła: *Nie pamiętam, kto (personalnie) szacował ich wysokość. Ja nie pamiętam, gdyż nie ma dokumentu, który by potwierdzał te szacunki i który byłby przekazany do Wydziału Budżetu i Finansów. Ja nie pamiętam, czy był taki dokument, czy go nie było w ogóle. Nie potrafiła*

odpowiedzieć, w jaki sposób w budżecie znalazła się taka a nie inna kwota w rozdziale 75075.

Odnosnie kwoty 1.418.866 zł (wydatki majątkowe) wyjaśniła natomiast, że jest to kwota, która nie dotyczy działań prowadzonych przez Wydział Rozwoju (wskazała, że prawdopodobnie jest to kwota na projekt realizowany z udziałem środków z funduszy unijnych).

[Dowód: akta kontroli str. 214-222]

Zespół ds. Turystyki, Kultury, Kultury Fizycznej i Sportu do budżetu na 2010 r. w rozdziale 63003 zaplanowała 63.000 zł. Kwota ta została przyjęta w uchwale budżetowej na 2010 r. z przeznaczeniem na konkurs fotograficzny „Śladami Żeromskiego” (2.500 zł), III powiatowy przegląd piosenki turystycznej dla dzieci i młodzieży (5.000 zł), III powiatowy konkurs na tradycyjną potrawę powiatu i opracowanie wydawnictwa (8.000 zł), III konkurs na najpiękniejsze gospodarstwo agroturystyczne (7.000 zł), szkolenia dla osób prowadzących gospodarstwa agroturystyczne i II powiatowy rajd samorządowców po Górach Świętokrzyskich (po 6.500 zł) oraz wydawnictwa turystyczne powiatu kieleckiego 26.860 zł.

[Dowód: akta kontroli str. 242-245]

Naczelnik Wydziału Rozwoju w planie wydatków do budżetu na 2011 r. ujęła kwotę 219.000 zł. W planie tym ujęto kwoty:

- 135.000 zł na zakup usług, którą szczegółowo rozpisano na poszczególne wydatki (tj. wydawnictwo „Kalejdoskop”, wiadomości z powiatu „Echo dnia”, usługi poligraficzne, konferencje, promocja www., usługi hotelowe i gastronomiczne, transport, pokazy i prezentacje regionalne);

- 41.700 zł zakup materiałów,
- 17.300 zł wynagrodzenia bezosobowe - umowy o dzieło,
- 20.000 zł wymiana doświadczeń w obszarze rozwoju gospodarczego regionu,
- 5.000 zł trwałość projektu (turystyczna i gospodarcza kampania).

Kierownik Zespołu ds. Turystyki, Kultury, Kultury Fizycznej i Sportu do budżetu na 2011 r. w rozdziale 63003 zaplanowała 130.000 zł, w tym na wynagrodzenia i składki od wynagrodzeń 3.000 zł, oraz na wydatki związane z realizacją statutowych zadań 97.000 zł (w tym 5.000 zł na zadania dotyczące tzw. „trwałości projektu” pn. Turystyczna i gospodarcza kampania promocyjna powiatu kieleckiego”) oraz 30.000 zł na dotacje.

[Dowód: akta kontroli str. 239-241]

Najważniejsze działania promocyjne powiatu w latach 2010-2011 (wskazane przez Starostę):

Lp.	Podjęte działania promocyjne (charakter działań/rodzaj materiałów)	Cel działań	Efekty działań promocyjnych		Uwagi
			zakładane	osiągnięte	
1.	Publikacje na łamach dziennika Echo Dnia informacji dotyczących działań Starostwa Powiatowego w Kielcach.	Informowanie mieszkańców powiatu o ważnych wydarzeniach	Większa wiedza na temat sytuacji/działalności samorządu powiatowego	Tak (odzew mieszkańców powiatu)	Dziennik Echo Dnia ma największą liczbę czytelników w województwie świętokrzyskim
2.	Druk Kalejdoskopu Powiatu Kieleckiego.	Bieżące informacje nt. sytuacji w powiecie kieleckim, ważne i przydatne informacje dla mieszkańców powiatu.	Większa wiedza na temat sytuacji/działalności samorządu powiatowego	Tak (odzew mieszkańców powiatu) m.in. telefony, e-maile, wizyty w urzędzie.	
3.	Publikacja kilkominutowych filmów dotyczących działalności Starostwa Powiatowego w Kielcach, umieszczanych na stronie http://powiat.tv-t.pl/kielecki-tv .	Informowanie mieszkańców powiatu o ważnych wydarzeniach za pomocą telewizji internetowej.	Większa wiedza na temat sytuacji/działalności samorządu powiatowego.	Tak (odzew mieszkańców powiatu) m.in. telefony, e-maile, wizyty w urzędzie.	
4.	Opracowanie folderu promocyjnego Powiat Kielecki	Szeroka informacja na temat gmin powiatu kieleckiego (turystyka, dziedzictwo kulturowe, gospodarka)	Przyciągnięcie turystów, zainteresowanie potencjalnych inwestorów.	Duże zainteresowanie turystyką w powiecie kieleckim i licznymi zabytkami	
5.	Zakup albumu „Świętokrzyskie Magiczny zakątek Europy”.	Ogólna charakterystyka całego województwa w tym najciekawszych miejsc w powiecie kieleckim.	Zainteresowanie potencjalnych turystów oraz poszerzenie i wzbogacenie wiedzy o regionie.	Dobre opinie o wydawnictwie i przedstawionych w nim obszarach.	
6.	Zakup materiałów promocyjnych	Promocja powiatu	Większe zainteresowanie powiatem.	Dobry odzew i reakcje wśród odbiorców promocji.	

7.	Udostępnienie internetowej platformy telewizyjnej KIELECKI.TV-T.pl	Zamieszczania informacji w formie multimedialnej o najważniejszych działaniach podejmowanych w powiecie	Udostępnienie informacji o powiecie	Dotarcie do jak największej liczby internautów.	
----	--	---	-------------------------------------	---	--

[Dowód: akta kontroli str. 156-170]

Co do efektów działań promocyjnych i sposobu ich mierzenia Starosta wyjaśnił:

Jednym ze sposobów badania skuteczności działań promocyjnych Starostwa Powiatowego w Kielcach jest prowadzenie monitoringu środków masowego przekazu.

Media, przekazując informacje o organizowanych przez powiat kielecki *eventach*, promują je wśród mieszkańców regionu. Treść artykułów i audycji jest dla nas wskazówką czy podjęte przez nas działania spotkały się z zainteresowaniem i jaka jest ich ocena.

W ramach działań promocyjnych wydawany jest „Kalejdoskop Powiatu Kieleckiego”, którego celem jest informowanie o przedsięwzięciach realizowanych przez samorząd powiatu, pokazywanie ciekawych inicjatyw, atrakcji turystycznych itp. Gazeta wydawana jest w nakładzie 3 tys. egzemplarzy, do chwili obecnej nie zanotowaliśmy żadnych zwrotów. Zdarzają się przypadki, gdy czytelnicy sami zgłaszają się do nas po egzemplarz gazety. Świadczy to tym, że czasopismo spełnia swoje promocyjne zadanie. Przykładem tego może być fakt, iż otrzymaliśmy ponad 900 prac na konkurs bożonarodzeniowy „Aniołowie się radują”, który został ogłoszony na łamach naszego miesięcznika.

Zainteresowanie (a co za tym idzie efekt promocyjny) informacjami ukazującymi się na stronie www.powiat.kielce.pl możemy zmierzyć za pomocą liczby odsłon danego artykułu (np. informacja o tegorocznym Jarmarku Świętokrzyskim miała 744 wejścia).

Treść artykułów i inne materiały z monitoringu mediów gromadził Zespół Prasowy.

[Dowód: akta kontroli str. 171-173 i 322-323, 349-353]

2. Rozwiązania organizacyjne w zakresie prowadzenia działań promocyjnych.

Zgodnie z regulaminem organizacyjnym Wydział Rozwoju wykonuje zadania związane z opracowywaniem dokumentów strategicznych powiatu, przygotowywaniem i realizacją projektów współfinansowanych ze środków zewnętrznych, prowadzeniem inwestycji własnych oraz prowadzeniem spraw z zakresu rozwoju i promocji powiatu, a także współpracy z zagranicą. Regulamin organizacyjny stanowił, że w skład Wydziału Rozwoju wchodzi jednoosobowe stanowisko ds. promocji powiatu, do którego przypisano:

- promowanie potencjału gospodarczego, kulturalnego, krajoznawczego w kraju i za granicą,

- współdziałanie z komórkami organizacyjnymi Starostwa i jednostkami organizacyjnymi powiatu w zakresie opracowywania i rozpowszechniania materiałów promocyjno-informacyjnych o powiecie,
- koordynacja zadań w zakresie promocji wynikających ze Strategii Rozwoju Powiatu,
- współpraca z partnerskimi powiatami w kraju i zagranicą oraz innymi podmiotami, w zakresie realizacji zadań o charakterze promocyjnym (koordynowanie działań związanych ze współpracą zagraniczną).
- opracowywanie i rozpowszechnianie materiałów promocyjno – informacyjnych o powiecie.
- współdziałanie z Referatem Kultury, Turystyki i Sportu w zakresie promocji powiatu w kraju i zagranicą.
- współpraca z Zespołem Prasowym w zakresie promocji potencjału gospodarczego i kulturalnego powiatu w mediach.

W regulaminie organizacyjny do zakresu działania Zespołu Prasowego przydzielono m.in. współpracę z mediami w zakresie promocji rozwoju powiatu, redagowanie strony internetowej Starostwa i merytoryczny nadzór nad jej zawartością, redagowanie wydawnictw informacyjnych i promocyjnych Starostwa, współpracę z Wydziałem Rozwoju w zakresie promocji powiatu.

Ponadto Referat Kultury, Turystyki i Sportu wchodzący w skład Wydziału Edukacji, Kultury, Turystyki i Sportu realizował m.in. następujące zadania:

- inspirowanie działań mających na celu rozwój ruchu turystycznego, poprzez tworzenie marki turystycznej powiatu.
- współdziałanie z podmiotami prowadzącymi działalność z zakresu turystyki w celu promowania różnych form wypoczynku na terenie powiatu.
- współdziałanie w zakresie organizowania ponadgminnych imprez turystyki aktywnej.
- realizacja i monitoring projektów ze „Strategii Rozwoju Turystyki w Powiecie”.
- prowadzenie kalendarza imprez turystycznych w Powiecie Kieleckim i sprawowanie nadzoru nad jego realizacją.

[Dowód: akta kontroli str. 301]

Pracownikowi zajmującemu wyżej wymienione w regulaminie jednoosobowe stanowisko ds. promocji powiatu w Wydziale Rozwoju, w zakresie czynności z 2006 r. przydzielono m.in.:

- opracowanie i rozpowszechnianie materiałów promocyjnych o powiecie,
- koordynowanie działań związanych ze współpracą zagraniczną,



- promowanie potencjału turystycznego powiatu w kraju i zagranicą,
- inne sprawy z zakresu turystyki (np. udzielanie pomocy w organizowaniu gospodarstw agroturystycznych, organizowanie ponadgminnych imprez w zakresie turystyki, udział w targach turystycznych i imprezach branżowych w kraju i zagranicą).

[Dowód: akta kontroli str. 305-306]

Odnosnie działań promocyjnych w Wydziale Rozwoju związanych z realizacją Strategii Rozwoju Powiatu (o których mowa w regulaminie organizacyjnym Starostwa) Naczelnik Wydziału Rozwoju wyjaśniła:

Nie ma dokumentu, który nazywałby się dokładnie „strategią promocji”. Działania podejmowane w zakresie promocji wynikają pośrednio z innych dokumentów, w tym Strategii Rozwoju Powiatu, Strategii Rozwoju Turystyki. Promocja zawsze jest uwzględniona we wszystkich projektach (nie tylko unijnych, ale także krajowych).

W Strategii Rozwoju Powiatu nie ma konkretnie wyznaczonych zadań. Zadania te wynikają każdorazowo z realizacji celów i priorytetów tej Strategii. Dla przykładu mamy w celu Strategicznym II Priorytecie 3: promocję i upowszechnianie kultury mieszkańców powiatu Kieleckiego. I tu są działania tego typu: promocja powiatu na imprezach organizowanych przez gminy, kiedy organizowane jest stoisko powiatowe, działania związane z organizacją „Jarmarku Świętokrzyskiego”, którego celem jest właśnie promowanie folkloru i tradycji, a także działania związane z promocją powiatu za granicą w czasie targów rolnych w Plauen.

Innym przykładem jest w celu Strategicznym I Priorytet 1 mamy zapisaną koordynację działań w zakresie współpracy zagranicznej – tj. partnerska współpraca z jednostkami oświatowymi z krajów UE. Podobne zadanie jest w zakresie służby zdrowia, gdzie współpraca odbywa się pomiędzy szpitalami. Aktualnie jest to współpraca z powiatem w Saksonii Vogtland.

[Dowód: akta kontroli str. 214]

Tabela - Realizacja zadań w Starostwie w zakresie promocji.

Lp.	Komórka organizacyjna Starostwa realizująca zadania związane z promocją	Dane liczbowe lub stanowisko pracownika	Wykształcenie (wpisać kierunek, uprawnienia zawodowe itp.)	Doświadczenie (zdobyte w poprzednich zakładach pracy, ew. innych komórkach lub innych instytucjach)	Szkolenia, inne umiejętności
1	2	3	4	5	6
1.	Wydział Rozwoju	-	-	-	-
	Liczba pracowników ogółem	8	-	-	-

	Liczba pracowników realizujących zadania związane z prowadzeniem działań promocyjnych, w tym:	2	-	-	-
1.1.	Naczelnik Wydziału Bożena Gumułka	1	Wyższe Politechnika Śląska: inżynieria środowiska - specjalność zaopatrzenie w wodę i unieszkodliwianie ścieków i odpadów	31 lat, realizacja zadań z zakresu promocji od 02.11.2005r.	kurs język ang., fundusze unijne, innowacyjne potrzeby przedsiębiorstw, sztuka zrównoważonego gospodarowania czasem, język niemiecki dla początkujących, zamówienia publiczne, rozwój turystyki w Natura2000. Powołanie do gremium Świętokrzyskiej Rady Innowacji.
	Jednoosobowe Stanowisko ds. Promocji Powiatu Marta Kumor	1	Wyższe Wyższa Szkoła Umiejętności: Turystyka i Rekreacja; Uniwersytet Śląski: Geografia Społeczno-Ekonomiczna	7 lat, realizacja zadań z zakresu promocji od 01.11.2006r.	Seminarium Komercjalizacja produktu turystycznego, zarządzanie projektem, j.niemiecki dla początkujących
2.	Zespół Prasowy	-	-	-	-
	Liczba pracowników ogółem	2	-	-	-
	Liczba pracowników realizujących zadania związane z prowadzeniem działań promocyjnych, w tym:	1	-	-	-
2.1.	Rzecznik Prasowy Agata Niebudek-Śmiech	1	Wyższe Uniwersytet Jagielloński Filologia polska: specjalność nauczycielska, Studia podyplomowe WSAP Samorząd i Administracja	19 lat, realizacja zadań z zakresu promocji od 15.02.2007r.	Szkolenia: samorządowe szkolenia internetowe, zarządzanie firmą, komunikacja i autoprezentacja, wspieranie rozwoju umiejętności z zakresu języków obcych, profesjonalny rzecznik prasowy, budowanie wizerunku instytucji publicznej, elementy dziennikarstwa internetowego.

dane wg stanu na dzień 30 września 2011 r.

[Dowód: akta kontroli str. 227-228]

3. Zlecenie podmiotom zewnętrznym działań promocyjnych.

W okresie objętym kontrolą obowiązywał (do połowy lipca 2011 r.) Regulamin udzielania zamówień publicznych, w którym określono, że przy realizacji zamówienia, którego wartość przekracza równowartość 6.000 euro każdorazowo powoływane są zarządzeniem przez Starostę Kieleckiego Komisje przetargowe.¹

[Dowód: akta kontroli str. 302]

W Starostwie Powiatowym w Kielcach zlecane zadania w zakresie promocji nie przekraczały kwoty 6.000 euro. Prawdopodobność dokonywanych wydatków w zestawieniu do odpowiednich umów lub zleceń opisano w pkt 6.1. niniejszego protokołu.

[Dowód: akta kontroli str. 123-155]

Starostwo Powiatowe w Kielcach zlecało działania promocyjne w 2010-2011 r. w związku z realizacją lub udziałem w następujących przedsięwzięciach (impresach):

- Plebiscyt „Kobieta Przedsiębiorcza 2009, 2010” (w charakterze współorganizatora, patronat, logo starostwa umieszczone na materiałach promujących wydarzenie w mediach lokalnych, podczas gali);
- Belfer Roku 2009/2010 – 2010/2011 (charakter współorganizatora, herb powiatu na materiałach promujących akcję);
- kalendarz planszowy na rok 2011 (bezpłatne wydawnictwo realizowane przez Centrum Reklamowo-Promocyjne „Jaguar”, „Renoma Bis”);
- program „Bezpiecznie – Chce się żyć” propagujący bezpieczeństwo na drogach - Krajowe Centrum Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego (herb powiatu na materiałach promujących akcję);
- XI Kielecki Festiwal Nauki (wydawnictwo zawierające informację o wsparciu finansowym wydarzenia);
- Plebiscyt „Złota Setka” (charakter współorganizatora, herb powiatu na materiałach promujących akcję);
- Akcja „Pierwszaki” (charakter współorganizatora, herb powiatu na materiałach promujących akcję);
- akcja „Skrzydła 2010” (charakter współorganizatora, herb powiatu na materiałach promujących akcję);
- Plebiscyt Sportowy (herb powiatu na materiałach promujących akcję);

¹ Regulamin udzielania zamówień publicznych w Starostwie Powiatowym w Kielcach – załącznik do Zarządzenia nr 4/05 Starosty Kieleckiego z dnia 21 lutego 2005 r. oraz kolejny regulamin – załącznik do uchwały Nr 38/180/11 Zarządu Powiatu z dnia 12 lipca 2011 r.

- plebiscyt Lekarz Roku (herb powiatu na materiałach promujących akcję);
- przygotowanie koncertu papieskiego „Jak wartownik, co winnicy strzeże” (spektaklem-medytacją „Jak wartownik, co winnicy strzeże” samorząd powiatu kieleckiego uczcił beatyfikację Jana Pawła II);
- „Świętokrzyskie Nagrody Muzyczne – Scyzoryki 2010” (promocja powiatu w materiałach wydawanych przy okazji plebiscytu);
- „Świętokrzyskie Nagrody Muzyczne – Scyzoryki 2011” (promocja powiatu kieleckiego w czasie finałowego koncertu);
- „Letni Festiwal Piosenki” 2011 r. (działania zapewniające promocję podczas festiwalu).

Powyższe zlecenia nie przekraczały kwoty, dla której – zgodnie z regulaminem przyjętym w Starostwie – należało przeprowadzić procedurę związaną z udzieleniem zamówień publicznych.

[Dowód: akta kontroli str. 123-162]

4. Pozyskiwanie środków finansowych na działania promocyjne.

Na podstawie umowy z dnia 26 marca 2010 r. pomiędzy Powiatem Kieleckim a Województwem Świętokrzyskim (Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Świętokrzyskiego) realizowany był projekt pod nazwą „Turystyczna i gospodarcza kampania promocyjna Powiatu Kieleckiego”. Celem projektu było stworzenie systemu informacji i promocji turystycznej oraz gospodarczej powiatu kieleckiego. Założeniem projektu było utworzenie zintegrowanego systemu informacji w terenie i zbudowanie spójnego i zorganizowanego wizerunku turystycznego regionu. Przedmiotem projektu była realizacja dwóch rodzajów przedsięwzięć o zasięgu międzynarodowym: interaktywny portal www. i wydanie przewodnika. Szczegółowy zakres projektu obejmuje następujące elementy:

- główne gabloty informacyjne z montażem,
- indywidualne tablice informacyjne z montażem,
- odnowienie oznakowania szlaków pieszych,
- interaktywny portal www – wirtualna wycieczka po atrakcjach powiatu w 3 językach,
- przewodnik po powiecie w trzech wersjach językowych,
- opracowanie graficzne atrakcji turystycznych,
- reklamy w Internecie – banery reklamowe na portalach
- przeprowadzenie badań efektów projektu i preferencji turystów.

Zgodnie z harmonogramem realizacji projektu, był on realizowany (w zakresie rzeczowym) od 30 maja 2010 r. do 31 sierpnia 2010 r. Termin zakończenia projektu to 25 października 2010 r. Wartość całego projektu wynosiła 1.449.905,76 zł.

[Dowód: akta kontroli str. 229-238]

Projekty realizowane w latach 2010 – 2011 z udziałem środków UE w zakresie promocji powiatu

Lp.	Nazwa projektu/ okres realizacji projektu/całkowita wartość projektu	Program RPOWŚ	Najważniejsze działania/ przedsięwzięcia zrealizowane w ramach programu w latach 2010-2011	Przyznane w ramach projektu środki finansowe z UE (ogółem)	Wykorzystane środki finansowe na promocję w ramach projektu (w tym w latach 2010-2011)	Środki finansowe stanowiące udział własny powiatu w ramach realizacji projektu (w tym w latach 2010- 2011)
1	2	3	4	5	6	7
1.	Turystyczna i Gospodarcza Kampania Promocyjna Powiatu Kieleckiego	Działanie 2.3 promocja gospodarcza i turystyczna regionu	M.in. budowa 19 tablic informacyjnych, 31 tablic informacyjnych przy obiektach, wirtualny spacer po powiecie kieleckim, druk przewodnika po powiecie w trzech językach, kampania promocyjna w internecie	1 000 000 zł	Wykorzystano w 100 %	449 905,76 zł

[Dowód: akta kontroli str. 170]

Odnosnie pozyskiwania sponsorów imprez promocyjnych 2010 r. Starosta wyjaśnił, że Starostwo zwróciło się z prośbą do przedsiębiorców z powiatu kieleckiego o wsparcie konkursu bożonarodzeniowego dla uczniów szkół podstawowych i gimnazjalnych pt. "Aniołowie się radują". Konkurs został wsparty przez czterech sponsorów (Dorbud S.A. Kielce, GEOL- MIN sp. z o.o., Kielce, Zakład Masarski - Zychowicz Daleszyce, Biko-Serwis Chęciny), którzy ufundowali nagrody laureatom. W swej koncepcji Starostwo poprosiło sponsorów o zakup prezentów dla laureatów, a nie przekazywanie środków pieniężnych. Sponsorzy zakupili prezenty (m.in. mp3, książki, artykuły papiernicze), które wręczyli przed lub podczas rozstrzygnięcia konkursu. Wielkość środków przeznaczonych przez sponsorów nie jest nam znana.

Ww. konkurs był organizowany przez Starostwo. W prasie i mediach elektronicznych znalazły się relacje z konkursu.

[Dowód: akta kontroli str. 156, 163, 350-353]

Powiat kielecki w 2010 roku przy okazji prowadzenia działań promocyjnych współpracował z jednostkami samorządowymi przy okazji organizacji:

- 15. Europejskich Targów Rolnych w Plauen - współpraca z Powiatem Vogtland z siedzibą w mieście Plauen (Niemcy). Wydatki w kwocie 512,43 zł.
- „V Jarmarku Świętokrzyskiego” współpraca z Gminą Bieliny, Gminą Nowa Słupia, Miastem Kielce, Świętokrzyskim Parkiem Narodowym oraz Stowarzyszeniem Lokalna Grupa Działania Wokół Łysej Góry na podstawie Umowy Partnerskiej zawartej w dniu 7 maja 2009 roku pomiędzy Powiatem Kieleckim – Starostwem Powiatowym w Kielcach a Lokalną Grupą Działania Wokół Łysej Góry. W związku z tą współpracą powiat poniósł wydatki w kwocie 4.000,00 zł. tytułem wkładu własnego na działania wynikające z umowy.
- „Santo Subito” - współpraca z Gminą Chęciny na podstawie Umowy – Porozumienia zawartej w Kielcach, w dniu 19 lipca 2010 r. pomiędzy Gminą Chęciny a Powiatem Kieleckim. Powiat poniósł wydatki w kwocie 26.357,50 zł.
- Realizacji autorskiego programu „Człowiek i żelazo w pierwszych wiekach naszej ery” podczas XLIV Dymarek Świętokrzyskich organizowanych przez Gminę Nowa Słupia. Koszt w wysokości 5.000,00 zł.

Powiat kielecki w 2011 roku prowadząc działania promocyjne współpracował z jednostkami samorządowymi przy organizacji następujących imprez:

- 16. Europejskich Targów Rolnych w Plauen – współpraca z Powiatem Vogtland z siedzibą w mieście Plauen (Niemcy). Wydatki w kwocie 2.721,83 zł.
- „VI Jarmarku Świętokrzyskiego” współpraca z Gminą Bieliny, Gminą Nowa Słupia, Miastem Kielce, Świętokrzyskim Parkiem Narodowym oraz Stowarzyszeniem Lokalna Grupa Działania Wokół Łysej Góry. Wydatki organizacyjne w wysokości 31.133,38 zł.
- „Dni Województwa Świętokrzyskiego” organizowane przez Urząd Marszałkowski. Wydatki w kwocie 261,37 zł.
- imprezy pn. „W dzień Św. Tekli Ziemiaki będziem piekli” współpraca z Gminą Raków. Wydatki w kwocie 2.000,00 zł.

Współpraca odbywała się na podstawie: porozumień, zaproszeń do udziału w danym przedsięwzięciu.

[Dowód: akta kontroli str. 40, 156, 163, 296-300]

5. Kwalifikowanie, ewidencjonowanie i rozliczanie środków finansowych wykorzystanych na działalność promocyjną (bez środków z funduszy unijnych).

6.1. W tabeli poniżej przedstawiono wysokość planowanych i wykonanych wydatków na działalność promocyjną w latach 2007-2009

Lp.	Rok	Planowane wydatki j.s.t. ogółem	Wykonane wydatki j.s.t. ogółem	Planowane wydatki j.s.t. na działania promocyjne	Wykonane wydatki j.s.t. na działania promocyjne	Udział zrealizowanych wydatków na promocję w wydatkach ogółem (%)
1	2	3	4	5	6	7
1.	2007	89 237 652	86 186 944,71	209 074	194 402,29	0,23%
	w tym: 75075	x	x	174 074	162 062,43	
	w tym: 63003	x	x	35 000	32 339,86	
2.	2008	110 176 892	98 620 813,87	283 587	272 279,24	0,28%
	w tym: 75075	x	x	183 587	172 954,63	
	w tym: 63003	x	x	100 000	99 324,61	
3.	2009	136 326 025	127 875 331,27	288 911	247 227,35	0,19%
	w tym: 75075	x	x	188 911	147 636,97	
	w tym: 63003	x	x	100 000	99 590,38	
	RAZEM	335 740 569	312 683 089,85	781 572	713 908,88	

Z tabeli powyżej wynika, m.in., że:

- wysokość planowanych wydatków na działania promocyjne w 2008 r. roku wzrosła o 35,6% w stosunku do 2007 r., natomiast w 2009 r. o 1,9% w stosunku do 2008 r.;
- wysokość zrealizowanych wydatków na działania promocyjne w 2008 r. roku wzrosła o 40,1% w stosunku do 2007 r., natomiast w 2009 r. zmniejszyła się o 9,2% w stosunku do 2008 r.;
- zrealizowane wydatki w stosunku do wydatków planowanych w 2007 r., 2008 r. i 2009 r. stanowiły odpowiednio 93%, 96% i 85,6%.

[Dowód: akta kontroli str. 166-167]

W tabeli poniżej przedstawiono wysokość planowanych i wykonanych wydatków na działalność promocyjną w latach 2010-2011 (III kwartały)

Lp.	Rok	Planowane wydatki j.s.t. ogółem	Wykonane wydatki j.s.t.	Planowane wydatki j.s.t. na działania promocyjne	Wykonane wydatki j.s.t. na działania promocyjne	Udział zrealizowanych wydatków na promocję w wydatkach ogółem (%)
-----	-----	---------------------------------	-------------------------	--	---	---

1	2	3	4	5	6	7
1.	2010 r. ogółem, z tego:	146 814 274	137 370 553,93	403 512	378 202,96	0,28%
	w tym: 75075	X	X	243 512	219 658,40	X
	w tym: 63003	X	X	160 000	158 544,56	X
1.1.	I kwartał 2010 r.	X	X	X	17 714,27	X
	w tym: 75075	X	X	X	17 714,27	X
	w tym: 63003	X	X	X	0	X
1.2.	II kwartał 2010 r.	X	X	X	102 807,28	X
	w tym: 75075	X	X	X	55 216,22	X
	w tym: 63003	X	X	X	47 591,06	X
1.3.	III kwartał 2010 r.	X	X	X	136 767,64	X
	w tym: 75075	X	X	X	77 560,55	X
	w tym: 63003	X	X	X	59 207,09	X
1.4.	IV kwartał 2010 r.	X	X	X	120 913,77	X
	w tym: 75075	X	X	X	69 167,36	X
	w tym: 63003	X	X	X	51 746,41	X
2.	2011 rok, w tym:	165 891 977	87 399 142,18	403 552	222 963,83	0,26%
	w tym: 75075	X	X	273 552	144 342,85	X
	w tym: 63003	X	X	130 000	78 620,98	X
2.1.	I kwartał 2011 r.	X	X	X	21 242,58	X
	w tym: 75075	X	X	X	21 241,31	X
	w tym: 63003	X	X	X	1,27	X
2.2.	II kwartał 2011 r.	X	X	X	147 556,31	X
	w tym: 75075	X	X	X	82 857,42	X
	w tym: 63003	X	X	X	64 698,89	X
2.3.	III kwartał 2011 r.	X	X	X	54 164,94	X
	w tym: 75075	X	X	X	40 244,12	X
	w tym: 63003	X	X	X	13 920,82	X

Z tabel powyżej wynika, m.in., że:

- wysokość planowanych wydatków na działania promocyjne w 2010 r. roku wzrosła o 39,3% w stosunku do 2009 r., natomiast w 2011 r. wysokość tych wydatków w stosunku do 2010 r. pozostawała w zasadzie na niezmiennym poziomie;
- wysokość zrealizowanych wydatków na działania promocyjne w 2010 r. roku wzrosła o 53% w stosunku do 2009 r.;
- zrealizowane wydatki w 2010 r., 2011 r. (III kwartały) w stosunku do wydatków planowanych na 2010 r. i 2011 r. stanowiły odpowiednio 93,7%, i 55,3%.

Wśród wydatków dominowały zakupy usług (w ramach § 4300) i zakupy materiałów i wyposażenia (w ramach § 4210).

[Dowód: akta kontroli str. 167, 90-94, 246-265]

Szczegółową analizą objęto 10 wydatków o charakterze promocyjnym tj.:

1. za wykonanie 3.350 szt. Przewodnika turystycznego „Pieszko i Rowerem po znakowanych szlakach turystycznych Powiatu Kieleckiego” za kwotę 26,8 tys. zł w terminie do dnia 22 listopada 2010 r. Umowę w przedmiotowej sprawie podpisał ówczesny Starosta Kielecki Zenon Janus w dniu 16 września 2010 r. na podstawie wniosku z komórki merytorycznej Starostwa.
W dniu 22 listopada 2010 r. odebrano ww. Przewodnik. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 630, rozdziale 63003, § 4300.
2. za zorganizowanie koncertu w dniu 29 maja 2011 r. artystów Piwnicy Pod Baranami za kwotę 16 tys. zł. Umowę w przedmiotowej sprawie podpisał Wicestarosta Kielecki Zenon Janus w dniu 24 maja 2011 r. Na zaproszeniu Starostwo zostało wymienione jako jeden z organizatorów imprezy. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4300.
3. wsparcie finansowe XLIV Dymarek Świętokrzyskich w Nowej Słupi w dniach 21 - 22 sierpnia 2010 r. za kwotę 5 tys. zł. Decyzję w przedmiotowej sprawie podjął Zarząd Powiatu Kieleckiego w dniu 4 sierpnia 2010 r. Na zaproszeniu Starostwo zostało wymienione jako jeden z organizatorów imprezy. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4300.
4. za radiotelefon na kwotę 1,6 tys. zł, który stanowił nagrodę podczas otwartych zawodów świętokrzyskich rozgrywanych w dniu 18 kwietnia 2010 r., których celem było szkolenie w alternatywnej sieci łączności oraz popularyzacja ziemi świętokrzyskiej. Zarząd Powiatu w dniu 20 stycznia 2010 r. zdecydował o objęciu patronatem ww. zawodów i o przekazaniu kwoty 2 tys. zł celem ufundowania nagród. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4210.
5. wydatek na kwotę 10 tys. zł za organizację podczas imprezy plenerowej pn. V Jarmark Świętokrzyski na Świętym Krzyżu – na prezentację tradycyjnego życia wsi minionych wieków dla 15-20 osób w dniu 16 maja 2010 r. od godziny 13.00 do godziny 18.30. Umowę o dzieło w przedmiotowej sprawie podpisał w dniu 7 maja 2010 r. Starosta Kielecki Zenon Janus. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4300. W dniu 12 stycznia 2011 r. wystawiono notę księgową na kwotę 14,6 tys. zł na rzecz Lokalnej Grupy Działania – Wokół Łysej Góry celem refundacji m.in. ww. wydatku (kwotę zrefundowano w dniu 19 stycznia 2011 r.).
6. za wykonanie materiałów promocyjnych z herbem powiatu (długopisy, torba z nadrukiem, parasole) na kwotę 7,3 tys. zł. Zlecenie na zakup ww. artykułów złożył



Naczelnik Wydziału Rozwoju w dniu 1 września 2010 r. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4210.

7. za wykonanie materiałów promocyjnych z herbem powiatu (długopisy, torba kubki, plecaki) na kwotę 3,1 tys. zł. Zlecenie na zakup ww. artykułów złożył Naczelnik Wydziału Rozwoju w dniu 27 grudnia 2010 r. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4210.
8. wydatek za zorganizowanie Zjazdu Sołtysów Powiatu Kieleckiego w dniu 16 października 2010 r. na kwotę 2 tys. zł. W opisie na odwrocie faktury zawarto stwierdzenie, że wydatek ten „przeznaczono na pokrycie kosztów promocji Powiatu Kieleckiego. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4300.
9. wydatek na kwotę 1,1 tys. zł za publikowanie na łamach dziennika Echo Dnia informacji dotyczących działań Starostwa Powiatowego w Kielcach a w szczególności: oświadczeń i stanowisk na temat ważnych wydarzeń społecznych, gospodarczych, kulturalnych i innych, informacji o samorządzie Powiatu Kieleckiego, informacji o najważniejszych wydarzeniach z udziałem przedstawicieli władz Starostwa Powiatowego w Kielcach itp. Umowę w przedmiotowej sprawie podpisał w dniu 4 stycznia 2010 r. Starosta Kielecki Zenon Janus i Wicestarosta Marian Ferdek. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4300.
10. na zakup 300 szt. kalendarzy trójdzielnych z kopertą za kwotę 6,8 tys. zł. Kalendarze zostały zamówione na podstawie zlecenia z dnia 28 października 2010 r. złożonego przez Starostę Zenona Janusa. Wydatek został sklasyfikowany w dziale 750, rozdziale 75075, § 4210.

[Dowód: akta kontroli str. 3-74, 266-289, 266-289]

Kierownik Zespołu ds. Turystyki, Kultury i Kultury Fizycznej i Sportu Beata Piotrowska – Wróbel odnośnie wydatku opisanego w pkt 1 wyjaśniła, że *nie jest prowadzona ewidencja wydawania ww. przewodnika. Prośby w sprawie przekazania w formie pisemnej są opatrzone notatką pisemną na odwrocie pisma. (...) Pozostałe egzemplarze wydawnictwa są przekazywane zainteresowanym podczas imprez masowych lub targów organizowanych przez powiat kielecki. (...)*

[Dowód: akta kontroli str. 75-77]

Rzecznik Prasowy Starostwa Agata Niebudek – Śmiech odnośnie wydatku opisanego w pkt 8 i pkt 10 wyjaśniła, że *(...) powiat kielecki był promowany za pomocą*

bajeru i roll up'u. Członkowie Zarządu Powiatu mieli okazję do prezentacji osiągnięć samorządu powiatu kieleckiego. (...)

Kalendarze trójdzielni (300 sztuk) przekazane zostały do dyspozycji członków Zarządu Powiatu w Kielcach, którzy wykorzystywali je m.in. jako upominki dla uczestników spotkań i imprez odbywających się na terenie powiatu.

Kalendarze trafiały także jako przedmioty licytacji podczas Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy ... (...) jak również nagrody dla uczestników konkursu (...)

[Dowód: akta kontroli str. 78-80]

Naczelnik Wydziału Rozwoju odnośnie wydatku opisanego w pkt 2-4 wyjaśniła:

Występ grupy „Piwnica pod Baranami” był główną atrakcją imprezy promującej powiat kielecki pn. „VI. Jarmark Świętokrzyski”. Jest to impreza cykliczna o charakterze nawiązującym do jarmarków organizowanych przed wiekami na Św. Krzyżu. Każdego roku przygotowywany jest program wpisujący się w klimat średniowiecznych jarmarków. „Piwnica pod Baranami” wystąpiła ze specjalnie dobranym repertuarem. Nad imprezą patronat medialny objęły media lokalne tj. Radio Kielce, Echo Dnia oraz TV Kielce, które szeroko informowały o przedsięwzięciu, jego organizatorach i programie. W materiałach (plakaty, zaproszenia) widniała informacja o udziale powiatu kieleckiego w organizacji w/w Jarmarku. We wszystkich materiałach informujących o Jarmarku umieszczono herb powiatu kieleckiego. Informacje oraz herb umieszczane były również na stronach „www” powiatu kieleckiego jak i współorganizatorów m.in. Gminy Bieliny, Gminy Nowa Słupia, Miasta Kielce. W dniu imprezy przy scenie na której występowała grupa „Piwnica pod Baranami” ustawione były: baner i roll up. promujący powiat kielecki. W czasie samej imprezy prowadzono promocję powiatu kieleckiego na zorganizowanym stoisku promocyjnym.

Podczas Dymarek Świętokrzyskich w 2010 roku miejsce miała promocja powiatu kieleckiego m.in. poprzez rozwieszenie baneru promującego powiat kielecki w centralnym miejscu w/w imprezy, dobrze widocznym dla przybyłych osób biorących udział w Dymarkach (przy scenie). Promocja powiatu przeprowadzona była również w podjętych działaniach zapowiadających imprezę (media lokalne). Herb powiatu kieleckiego umieszczony był we wszystkich materiałach informujących o „XLIV Dymarkach Świętokrzyskich” tj. plakaty, zaproszenia oraz na stronie www. głównego organizatora. Powiat na swojej stronie internetowej również informował o powyższym.

Zawodów Świętokrzyskich organizowanych przez Polski Związek Krótkofalowców.

Zawody krótkofalowców mają za zadanie upowszechniać wiedzę i umiejętności na rzecz obronności Państwa, ratownictwa i ochrony ludności, pomocy ofiarom klęsk żywiołowych, a także działań na rzecz integracji europejskiej oraz kontaktów i współpracy między społecznościami. W/w zawody skupiają duże grono osób. W 2010 roku w czasie zawodów, promowany był powiat kielecki. W miejscu odbywania się zawodów rozwieszony był baner promujący powiat kielecki. Radiotelefon był nagrodą w zawodach. Promocja powiatu polegała na informowaniu w czasie zawodów oraz w mediach o fundatorach nagród i zaangażowaniu powiatu w prowadzone działania.

[Dowód: akta kontroli str. 81-83]

6.2. W ramach działu 630, rozdziału 63003 oraz działu 750, rozdziału 75075 i 75095, wg stanu na koniec 2010 r. i III kwartału 2011 r. nie wystąpiły zobowiązania wymagalne.

[Dowód: akta kontroli str. 94-103]

6.3. Starostwo Powiatowe w Kielcach posiadało stronę internetową:

- www.powiat.kielce.pl

Wydatki poniesione w związku z utworzeniem oraz utrzymaniem ww. stron przedstawia tabela poniżej:

Lp.	Wyszczególnienie wydatków	Kwoty w złotych		
		(wpisać rok utworzenia strony internetowej i wydatki na jej utworzenie)	2010 r.	2011 r. (I półrocze)
1	2	3	4	5
1.	Utworzenie strony internetowej	2003	-	-
2.	Aktualizacja i utrzymanie strony internetowej		* nie dotyczy	* nie dotyczy
3.	Koszty osobowe		* nie dotyczy	* nie dotyczy
4.	Usługa udźwiękowienia strony internetowej przez IVONA Webreader Sp. z o.o.		1.891,00	-
5.	Udostępnianie internetowej platformy telewizyjnej KIELECKI.TV-T.pl**	2010	4.514,00	7.749,00

*aktualizacja i utrzymanie strony internetowej jest częścią zakresów czynności pracowników Zespołu ds. Informatyzacji Starostwa powiatowego w Kielcach.

** umowę podpisano 10 października 2010 r. celem której było udostępnienie Starostwu narzędzia komunikacji i promocji wspólnot lokalnych w skali ogólnopolskiej. Umowa przewidywała prawo do zamieszczania na portalu materiałów o łącznym czasie trwania powyżej dwóch godzin, nie więcej jednak niż pięć w ciągu miesiąca.

[Dowód: akta kontroli str. 104, 114-122]

6.4. W latach 2010 – 2011 w Starostwie obowiązywały dwie umowy dotyczące wydawnictwa „Kalejdoskop Powiatu Kieleckiego”, tj.:

- zawarta w dniu 10 grudnia 2009 r. przez Starostę Powiatu Kieleckiego Zenona Janusa z Firmą Produkcyjno-Handlowo-Usługową „XYZ” na skład, łamanie, przygotowanie do druku oraz druk ww. czasopisma za kwotę netto 3.114,75 zł (płatną co dwa miesiące). Kalejdoskop w okresie obowiązywania umowy miał się ukazywać w cyklu dwumiesięcznym. Umowa obowiązywała od dnia jej zawarcia do 31 grudnia 2010 r., z tym że aneksem z dnia 2 czerwca 2010 r. (obowiązującym od daty podpisania) wartość wynagrodzenia podwyższono do kwoty 3.934,43 netto.
- zawarta w dniu 28 stycznia 2011 r. przez Starostę Powiatu Kieleckiego Zdzisława Wrzałkę i Wicestarostę Zenona Janusa z Fundacją Posteris na korektę, skład, łamanie, przygotowanie do druku oraz druk ww. czasopisma za kwotę netto 3.934 zł miesięcznie. Kalejdoskop w okresie obowiązywania umowy miał się ukazywać w cyklu miesięcznym. Umowa obowiązywała od dnia jej zawarcia do 31 lipca 2011 r.

W dniu 1 sierpnia 2011 r. z ww. Fundacją podpisano kolejną umowę obowiązującą do końca 2011 r. na niezmiennych warunkach finansowych.

[Dowód: akta kontroli str. 105-111]

Z tytułu obowiązywania ww. umów powiat poniósł łączne wydatki (sklasyfikowane dział 750, rozdział 750075 § 4300) w 2010 r. w wysokości 26,8 tys. zł (brutto) i w I półroczu 2011 r. w wysokości 24,2 tys. zł brutto.

[Dowód: akta kontroli str. 111-113]

6.5. W czasie kontroli NIK wykazano następujące wyjazdy służbowe pracowników Starostwa i radnych powiatu w celach promocji powiatu kieleckiego.

2010 r.

1. Starosta Kielecki Zenon Janus – delegacja nr 67/10 koszt 680,89 zł,
2. Sekretarz Powiatu Barbara Piwnik – delegacja nr 68/10 koszt 680,89 zł,
3. Naczelnik Wydziału Rozwoju Bożena Gumułka – delegacja nr 75/10 koszt 510,68 zł,
4. Podinspektor Marta Kumor – delegacja nr 76/10 koszt 1.532,00 zł,
5. Przewodniczący Rady Powiatu Tomasz Lato – delegacja nr 1/10 koszt 680,89 zł.

Łącznie koszty: 4.085,35 zł.

2011 r.

1. Zdzisław Wrzałka – delegacja nr 417/11 koszt 690,06 zł,
2. Zenon Janus – delegacja nr 418/11 koszt 690,06 zł,
3. Bożena Gumułka – delegacja nr 420/11 koszt 690,06 zł,
4. Marta Kumor – delegacja nr 421/11 koszt 1.638,89 zł.

Łącznie koszty: 3.709,07 zł.

Starosta wyjaśnił:

Powiat kielecki prowadzi współpracę międzynarodową z Powiatem Vogtland w tym w zakresie promocji. W ramach współpracy z Powiatem Vogtland Powiat Kielecki od wielu lat uczestniczy w organizowanych w Plauen Europejskich Targach Rolnych. Powiat kielecki jest jedynym reprezentantem Polski na tej międzynarodowej imprezie. W targach corocznie średnio udział bierze 12 krajów europejskich. W 2010 roku 15. Europejskie Targi Rolne w Plauen odbyły się od 6 marca 2010 r. do 13 marca 2010 r. W 2011 roku 16. Europejskie Targi Rolne w Plauen odbyły się od 2 kwietnia 2011r. do 9 kwietnia 2011r.

Każdego roku Powiat ma swoje stoisko, na którym promuje wyroby i produkty związane z obszarem rolnictwa. W ostatnim okresie (2010 – 2011) były to: wędliny Zakładu Przetwórstwa Mięsnego WiR Szproch i Pietrusiewicz z Łopuszna, miody z gospodarstwa Pasięznego „RYS” z Masłowa oraz twórczość ludową. Oferowane na stoisku powiatowym produkty cieszyły się dużą popularnością i od lat mają swoich wiernych nabywców.

Obsługę stoiska przez cały okres targów zapewnia p. Marta Kumor - pracownik Starostwa Powiatowego w Kielcach (jednoosobowe stanowisko ds. promocji).

W czasie wyjazdu w 2010 roku 3 osoby (od 4 marca 2010 roku do 7 marca 2010 roku) 1 osoba (od 5 marca 2010 roku do 7 marca 2010 roku) a w 2011 roku 3 osoby (od 31 marca 2011 roku do 3 kwietnia 2011 roku) uczestniczyły w uroczystościach oficjalnego otwarcia targów. W czasie każdego wyjazdu prowadzone są także rozmowy o współpracy, wyznaczając jej kierunki na najbliższy okres.

[Dowód: akta kontroli str. 156-170]

Szczegółowym badaniem objęto rozliczenie wszystkich ww. dziewięciu delegacji zagranicznych. Analiza rozliczenia kosztów ww. podróży służbowych wykazała, że:

- w delegacji nr 76/10 i 421/11 (MK) nieprawidłowo wyliczono czas trwania podróży służbowej (podano 9 dób zamiast 8,3 oraz 9,5 doby zamiast 9),
- we wszystkich delegacjach przyjęto do rozliczenia diety w pełnej wysokości – nie pomniejszono ich o 15% za śniadania (w ramach usługi hotelowej).

Nr delegacji	Delegowany	Data wyjazdu	Paragraf klasyfikacji budżetowej ujęty w rozliczeniu	Rozliczona kwota delegacji	Kwota zawyżenia	Prawidłowa kwota delegacji	Uwagi
421/11	MK	1-10.04.2011	4420	1 638,89	293,28	1 345,61	Zawyżono kwotę rozliczenia diet o 1/2 (21 euro) oraz o 15 % z 8 diet (śniadanie w hotelu)
76	MK	5-13.03.2010	4420	1 532,00	317,75	1 214,25	Zawyżono kwotę rozliczenia diet o 2/3 (28 euro), oraz o 15 % z 8 diet (śniadanie w hotelu)
418/11	Zenon Janus	31.03-03.04.2011	4420	690,06	77,63	612,43	Zawyżono kwotę rozliczenia o 15 % z 3 diet (delegowany miał śniadanie w hotelu)
1/10	Tomasz Lato	4-9.03.2010	4410	680,89	51,05	629,84	Zawyżono kwotę rozliczenia o 15 % z 2 diet (delegowany miał śniadanie w hotelu)
68/10	Barbara Piwnik	04-09.03.2010	4420	680,89	51,05	629,84	Zawyżono kwotę rozliczenia o 15 % z 2 diet (delegowany miał śniadanie w hotelu)
75/10	BG	7-7.03.2010	4420	510,68	51,05	459,63	Zawyżono kwotę rozliczenia o 15 % z 2 diet (delegowany miał śniadanie w hotelu)
417/11	Zdzisław Wrzałka	31.03-03.04.2011	4420	690,06	77,63	612,43	Zawyżono kwotę rozliczenia o 15 % z 3 diet (delegowany miał śniadanie)
420/11	BG	31.03-03.04.2011	4420	690,06	77,63	612,43	Zawyżono kwotę rozliczenia o 15 % z 3 diet (delegowany miał śniadanie)
67/10	Zenon Janus	4-9.03.2010	4410	680,89	51,05	629,84	Zawyżono kwotę rozliczenia o 15 % z 2 diet (delegowany miał śniadanie)

1 048,12

[Dowód: akta kontroli str. 174-213, 290-295]

Odnosnie wyjazdów na targi do Plauen Naczelnik Wydziału Rozwoju B.Gumułka zeznała:

Wyjazdy wynikają z umowy partnerskiej z powiatem Vogtland oraz każdorazowo z zaproszeń kierowanych na ręce Starosty. Delegacja jedzie na zaproszenie i bierze udział w oficjalnym otwarciu targów. Prowadzone są rozmowy dotyczące różnych obszarów współpracy. Delegacja uczestniczy także w prezentacji walorów i kultury tamtego powiatu (zgodnie z programem przedstawionym przez stronę zapraszającą).

Strona zapraszająca gwarantuje noclegi i pokrywa koszty z tym związane. Dotyczy to uczestników delegacji oficjalnej (listę uczestników podaje się w zgłoszeniu w odpowiedzi na zaproszenie). Pracownik Starostwa pani M.Kumor wyjeżdża na podstawie odrębnego zgłoszenia i zajmuje się głównie organizacją i obsługą stoiska na targach.

Nie wynika to z zaproszenia, ale pan burmistrz miasta Plauen (a nie starosta powiatu Vogtland, który kieruje do nas zaproszenie) organizował w 2010 i 2011 r. uroczystą kolację w dniu otwarcia targów, w której brała udział oficjalna delegacja Starostwa. Oczywiście, że w hotelu zagwarantowane jest śniadanie. Do rozliczenia delegacji nie składałam oświadczenia, że w czasie podróży służbowej zagwarantowany był – w ramach usługi hotelowej – jeden posiłek tj. śniadanie w hotelu. Pozostali uczestnicy delegacji byli zakwaterowani w tym samym hotelu.

[Dowód: akta kontroli str. 214-222]

Do sposobu ustalania należności z tytułu zwrotu kosztów podróży służbowej radnych poza granicami kraju stosuje się odpowiednio przepisy dotyczące wysokości oraz warunków ustalania należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej poza granicami kraju (§ 8 rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 31 lipca 2000 r. w sprawie sposobu ustalania należności z tytułu zwrotu kosztów podróży służbowych radnych gminy)².

Zgodnie z § 3 rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 12 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 kraju³ czas pobytu pracownika poza granicami kraju liczy się przy podróży odbywanej środkiem komunikacji lądowej – od chwili przekroczenia granicy polskiej w drodze za granicę do chwili przekroczenia granicy polskiej w drodze powrotnej do kraju.

Zgodnie z § 4 i 5 ww. rozporządzenia:

- dieta jest przeznaczona na pokrycie kosztów wyżywienia i inne drobne wydatki,
- dietę oblicza się w następujący sposób:
 - 1) za każdą dobę podróży przysługuje dieta w pełnej wysokości;
 - 2) za niepełną dobę podróży:

² Dz.U. Nr 66, poz. 800 ze zm.

³ Dz.U. Nr 236, poz. 1991

- a) do 8 godzin - przysługuje 1/3 diety,
 - b) ponad 8 do 12 godzin - przysługuje 1/2 diety,
 - c) ponad 12 godzin - przysługuje dieta w pełnej wysokości
- pracownikowi, który otrzymuje za granicą bezpłatne całodzienne wyżywienie lub gdy wyżywienie opłacone jest w cenie karty okrętowej (promowej), przysługuje 25% diety.
 - pracownikowi, który otrzymuje za granicą częściowe wyżywienie, przysługuje odpowiednio na: śniadanie - 15% diety, obiad - 30% diety, kolację - 30% diety, inne wydatki - 25% diety.

[Dowód: akta kontroli str. 214-222]

Starosta wyjaśnił:

Przy rozliczeniu delegacji nr 76/10 i 421/11 nieprawidłowo rozliczono czas trwania podróży służbowej. Przy rozliczaniu w/w delegacji nie uwzględniono, że do 8 godzin przysługuje tylko 1/3 diety.

Ponadto przy rozliczeniach wszystkich delegacji pomyłkowo przyjęto do rozliczenia diety w pełnej wysokości a nie pomniejszono ich o 15% za śniadania wliczone w dobę hotelową.

Wyjaśniam, iż przyczyną powstania nieprawidłowości w rozliczeniu kosztów delegacji nr 1/10 z dnia 3 marca 2010 była pomyłka w zakwalifikowaniu wydatku do paragrafu 4420 zamiast do paragrafu 3030.

W związku z wyjaśnieniami przedstawiono skorygowany w trakcie kontroli dokument rozliczenia delegacji nr 76 z 2010 r. (pracownik wpisał datę przekroczenia granicy w Zgorzelcu: 5 marca, a skreślił wpisaną wcześniej datę 6 marca)

[Dowód: akta kontroli str. 171-173 i 322-324, 344-345]

W zarządzeniu nr 88/10 Starosty Kieleckiego z dnia 28 grudnia 2010r. w sprawie wprowadzenia zasad (polityki) rachunkowości w Starostwie Powiatowym w Kielcach określono sposób rozliczania delegacji służbowych. W załączniku nr 5 do tego zarządzenia: Instrukcji obiegu, kontroli i archiwizowania dokumentów finansowo-księgowych - § 24 pkt 6 stanowił, że odpowiednio wypełniony i opisany formularz (dot. polecenia wyjazdu służbowego) powinien zostać w ciągu 7 dni od daty zakończenia podróży przekazany do oddziału księgowości po przeprowadzonej kontroli:

- pod względem merytorycznym – przez osobę delegującą,
- pod względem formalno-rachunkowym - osoby upoważnione (wyszczególnione w odpowiednim załączniku do instrukcji)
- akceptacji wydatku dokonuje Starostwa lub osoba upoważniona.

[Dowód: akta kontroli str. 337-343]

Poprzez zamieszczenie w protokole kontroli niżej wymienionych pouczeń kontrolerzy informują Pana Zdzisława Wrzałkę – Starostę Powiatu Kieleckiego o przysługującym mu prawie:

- zgłoszenia przed podpisaniem protokołu kontroli, w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego protokołu kontroli, pisemnych, umotywowanych zastrzeżeń co do ustaleń zawartych w protokole kontroli (art. 55 ust. 1 i 2 ustawy o NIK);
- odmowy podpisania niniejszego protokołu kontroli, z jednoczesnym obowiązkiem złożenia na tę okoliczność, w terminie 7 dni, wyjaśnień dotyczących przyczyn odmowy podpisania protokołu kontroli (art. 57 ust. 1 ustawy o NIK), w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń, termin 7 dni - zgodnie z art. 57 ust. 2 ustawy o NIK - biegnie od dnia otrzymania ostatecznej uchwały w sprawie ich rozpatrzenia;
- złożenia z własnej inicjatywy na piśmie dodatkowych wyjaśnień co do przyczyn i okoliczności powstania nieprawidłowości opisanych w niniejszym protokole kontroli, w terminie uzgodnionym z kontrolerem (art. 59 ust. 2 ustawy o NIK).

O przeprowadzeniu kontroli dokonano wpisu do książki kontroli Urzędu pod pozycją nr 6/2011.

Kielce, dnia 30 listopada 2011 r.

STAROSTA
Zdzisław Wrzałka

Kielce, dnia 4 grudnia 2011 r.


Anna Gorzyńska
główny specjalista kp.
NIK Delegatura w Kielcach

Krzysztof Wilkosz
specjalista kp.
NIK Delegatura w Kielcach



.....
.....

Odebrano orobicie
druki opr. podpisane
protokołu . 08.12.2011
