



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Departament Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji

KGP.410.009.04.2015

P/15/023

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

ul. Filtrowa 57, 02-056 Warszawa

T +48 22 444 56 92, F +48 22 444 55 94

kgp@nik.gov.pl

Adres korespondencyjny: Skr. poczt. P-14, 00-950 Warszawa 1

I. Dane identyfikacyjne kontroli

Numer i tytuł kontroli	P/15/023 Promocja gospodarcza Polski
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Departament Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji
Kontrolerzy	1. Małgorzata Kornaga, specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr 98991 z dnia 2 lutego 2016 r. 2. Jerzy Gawlak, starszy inspektor kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr 98992 z dnia 2 lutego 2016 r. [Dowód: akta kontroli str. 1-4]
Jednostka kontrolowana	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości ¹ , ul. Pańska 81/83, 00-834 Warszawa
Kierownik jednostki kontrolowanej	Prezesem PARP od dnia 1 kwietnia 2016 r. jest Patrycja Klarecka. W okresie objętym kontrolą, tj. od dnia 13 marca 2009 r. do dnia 18 stycznia 2016 r. Prezesem PARP była Pani Bożena Lublińska-Kasprzak. [Dowód: akta kontroli str. 2449-2450]

II. Ocena kontrolowanej działalności

Ocena ogólna

Najwyższa Izba Kontroli ocenia² pozytywnie działania w zakresie promocji gospodarczej Polski podejmowane przez PARP w latach 2010-2015.

Uzasadnienie oceny ogólnej

W okresie objętym kontrolą PARP nie była podmiotem samodzielnie kreującym przedsięwzięcia promujące polską gospodarkę. Była natomiast aktywnym realizatorem przedsięwzięć wykonywanych w ramach programów operacyjnych lub finansowanych przez Ministra Gospodarki. Działalność ustawowa Agencji prowadzona była na podstawie wieloletnich planów o charakterze strategicznym oraz powiązanych z nimi rocznych planów działania, obejmujących także zadania z zakresu promocji gospodarczej. Agencja w szerokim zakresie informowała zainteresowane podmioty o planowanych przedsięwzięciach promocyjnych. Zlecone zadania, w tym w ramach programów operacyjnych, Agencja wykonywała rzetelnie, zgodnie z obowiązującymi zasadami ich realizacji, osiągając wysoki stopień wykonania większości mierników służących monitorowaniu wyznaczonych celów. Niepowodzenia w osiągnięciu zaplanowanych poziomów niektórych spośród tych mierników wynikały głównie z przyczyn od PARP niezależnych.

III. Opis ustalonego stanu faktycznego

PARP jest agencją wykonawczą, powstałą na podstawie ustawy z 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości³. Agencja została powołana m.in. do wspierania przedsiębiorców, w szczególności mikro-, małych i średnich przedsiębiorców (MŚP) oraz osób zamierzających podjąć działalność gospodarczą, wspierania eksportu, tworzenia nowych miejsc pracy oraz potencjału adaptacyjnego przedsiębiorców.

[Dowód: akta kontroli str. 6]

¹ Dalej: Agencja lub PARP.

² W niniejszej kontroli Najwyższa Izba Kontroli stosuje następujące oceny: pozytywna lub negatywna. W przypadku gdy nie zostały spełnione kryteria dla oceny pozytywnej lub negatywnej stosuje się ocenę opisową.

³ Dz. U. z 2016 r., poz. 359. Dalej: *ustawa o PARP*.

1. Planowanie działań, w tym dotyczących promocji gospodarczej

Plany strategiczne

Opis stanu
faktycznego

Od 2010 r. w PARP obowiązywał Plan Strategiczny (strategia) na lata 2010 – 2013⁴. Zgodnie z tym dokumentem Agencja sytuowała się jako podmiot szczególnie predystynowany do pełnienia funkcji Instytucji Pośredniczącej lub Instytucji Pośredniczącej II stopnia dla Programów Operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka (PO IG), Kapitał Ludzki (PO KL) oraz Rozwój Polski Wschodniej (PO RPW). Strategia przewidywała m.in. wspieranie aktywności międzynarodowej przedsiębiorstw prowadzących lub podejmujących działalność innowacyjną poprzez:

- szkolenia i doradztwo w zakresie prowadzenia działalności eksportowej oraz warunków prowadzenia działalności gospodarczej za granicą;
- kojarzenie partnerów zagranicznych z przedsiębiorcami polskimi;
- organizację misji handlowych, wystaw i targów, giełd kooperacyjnych, w tym w ramach euroregionów przy wykorzystaniu sieci Enterprise Europe Network⁵ (EEN) oraz finansowe wspieranie udziału w tego rodzaju przedsięwzięciach;
- informowanie przedsiębiorców o targach odbywających się w Polsce i za granicą, poprzez np. portal internetowy;
- prowadzenie badań, analiz i ewaluacji w zakresie potencjału eksportowego danych branż i strategicznych kierunków eksportu;
- świadczenie usług informacyjnych na rzecz przedsiębiorców z zakresu prawa polityk Unii Europejskiej, w szczególności w ramach EEN;
- upowszechnianie wśród przedsiębiorców wiedzy w zakresie zamówień publicznych międzynarodowych oraz pomoc doradcza w ich uzyskiwaniu.

Ze względu na wydłużenie terminów realizacji programów operacyjnych (wydatki kwalifikowalne mogły być ponoszone do 31 grudnia 2015 r.) strategia ta była realizowana do 2015 r. W dniu 31 lipca 2015 r. Prezes PARP podpisał dokument określający strategię PARP na lata 2015 – 2020. W tym samym dniu dokument ten został przekazany Ministrowi Gospodarki. Po skorygowaniu jej treści w związku ze zgłoszonymi w trybie roboczym uwagami poszczególnych departamentów Ministerstwa Gospodarki, strategia została przekazana Ministrowi Rozwoju. Do zakończenia kontroli brak było informacji, czy strategia weszła w życie.⁶

[Dowód: akta kontroli str. 2670, 2693-2754]

Roczne plany działania

W okresie objętym kontrolą w PARP sporządzane były roczne plany działania, które opiniowała Rada Nadzorcza⁷, a zatwierdzał Minister Gospodarki po zasięgnięciu opinii ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego. Plany te, zwłaszcza w latach 2011-2015, w zakresie promocji gospodarczej Polski przewidywały m.in.:

- wspieranie eksportu MŚP poprzez finansowanie projektów umożliwiających wejście na rynki zagraniczne;
- ewaluację w ramach Działania 6.1 PO IG *Identyfikacja barier realizacji wsparcia pro-eksportowego dla przedsiębiorstw*;
- wykorzystanie⁸ zintegrowanej bazy przedsiębiorców korzystających z usług PARP w zakresie internacjonalizacji oraz zamieszczanie na stronie EEN ofert kooperacyjnych zagranicznych firm skierowanych do polskich przedsiębiorców, a także organizowanie giełd kooperacyjnych i misji handlowych w kraju (z udziałem zagranicznych przedsiębiorców) oraz za granicą we współpracy z Wydziałami Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI) oraz przedstawicielami handlowymi zagranicznych firm w Polsce;

⁴ Zatwierdzony przez Prezesa PARP w dniu 23 lutego 2010 r.

⁵ Sieć ośrodków non-profit, wspierających małe i średnie przedsiębiorstwa w działalności innowacyjnej oraz w procesach internacjonalizacji.

⁶ Ze względu na zmianę na stanowisku prezesa PARP w dniu 1 kwietnia 2016 r.

⁷ Członkami RN byli m. in. reprezentanci MG, Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, izb i zrzeszeń gospodarczych.

⁸ Sprostowanie oczywistej omyłki na podstawie art. 35c ust. 1 - ust. 3 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli (Dz. U. z 2015 r., poz. 1096)

- działalność informacyjno-szkoleniową dla przedsiębiorców prowadzących działalność na zagranicznych rynkach, m.in. prowadzenie tzw. „Szkoły dla eksporterów”, organizację szkoleń, warsztatów i seminariów (w tym transmitowanych on-line), udział w organizacji przedsięwzięć promujących współpracę z rynkami pozaunijnymi, w tym w szczególności z Kazachstanem i Rosją;
- realizację projektu Erasmus dla Młodych Przedsiębiorców - wspieranie aktywności międzynarodowej przedsiębiorstw prowadzących lub podejmujących działalność innowacyjną, poprzez umożliwienie im odbycia i opłacenie stażów w MŚP w innych krajach Unii Europejskiej;
- współpracę z WPHI w zakresie nawiązywania współpracy z firmami zagranicznymi, zainteresowanymi importem polskich towarów i usług oraz inwestycjami w Polsce (poprzez fora gospodarcze, seminaria promocyjne, dni polskie, etc.);
- realizację projektu badawczego obejmującego m.in. dokonanie ilościowej i jakościowej analizy stanu umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw, z uwzględnieniem podmiotów sektora MŚP oraz określenie barier, oczekiwań i postaw przedsiębiorców;
- koordynację prac konsorcjum Central Poland - Business Support Network⁹ w celu umożliwienia przedsiębiorcom (głównie MŚP) dostępu do informacji o prawie i politykach państw europejskich;
- udzielane wsparcia przedsiębiorcom uczestniczącym w branżowych lub ogólnych programach promocji organizowanych przez MG;
- przedsięwzięcia informacyjno-szkoleniowe na rzecz przedsiębiorców prowadzących działalność na zagranicznych rynkach lub chcących podjąć taką działalność;
- współpracę z WPHI i Ministerstwem Spraw Zagranicznych (MSZ) poprzez m.in.: uczestnictwo w zagranicznych wydarzeniach promocyjnych adresowanych do miejscowych przedstawicieli organizacji otoczenia biznesu, organów administracji, dziennikarzy, dyplomatów oraz bilateralnych izb przemysłowo-handlowych;
- powołanie Rady Biznesu 16 krajów Europy Środkowo-Wschodniej (EŚW)¹⁰ i Chin w celu pobudzenia rozwoju handlu pomiędzy tymi krajami, w tym zwiększenia eksportu z krajów EŚW;
- przygotowanie udziału Polski w Światowej Wystawie EXPO 2015 w Mediolanie.

[Dowód: akta kontroli str. 5-6, 2750-2754, 2882-2887]

Roczne plany działania PARP były powiązane z planem strategicznym na lata 2010-2013. Czynności z zakresu planowania, zgodnie z regulaminem organizacyjnym PARP¹¹ wykonywali wszyscy kierownicy komórek organizacyjnych, a jednostką scalającą projekt dokumentu było Biuro Zarządzania Jakością.

W przygotowanie i realizację działalności promocyjnej zaangażowane były różne jednostki organizacyjne PARP, przede wszystkim Departament Promocji Gospodarczej, Departament Wsparcia Innowacyjności, Departament Wsparcia Instytucji Otoczenia Biznesu, Departament Infrastruktury Nowoczesnej Gospodarki oraz Departament Rozwoju Przedsiębiorczości i Innowacyjności.

Ustalone

*nieprawidłowości
i uwagi dotyczące
badanej działalności*

[Dowód: akta kontroli str.2892-2917]

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

Ocena cząstkowa

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność kontrolowanej jednostki w zbadanym zakresie

⁹ Ośrodek EEN działający na terenie województw mazowieckiego, łódzkiego, pomorskiego oraz kujawsko-pomorskiego.

¹⁰ Albanii, Bośni i Hercegowiny, Bułgarii, Chorwacji, Czarnogóry, Czech, Estonii, Litwy, Łotwy, Macedonii, Polski, Rumunii, Serbii, Słowacji, Słowenii i Węgier.

¹¹ Wprowadzony zarządzeniem Prezesa PARP nr 1 z dnia 6 października 2010 r.

2. Realizacja działań w zakresie promocji gospodarczej

Informowanie o planowanych przedsięwzięciach promocyjnych

Opis stanu
faktycznego

W latach 2010-2015 w Agencji tworzone były tzw. Roczne Plany Działań Informacyjno-Promocyjnych (RPD) dla programów operacyjnych w perspektywie finansowej 2007-2013 oraz 2014-2020. Propozycje tych działań konsultowane były przez PARP w trybie roboczym z instytucjami zarządzającymi (IZ), które następnie akceptowały te plany. W zakresie działań związanych z regionalnymi programami operacyjnymi plany akceptowała instytucja koordynująca. Plany, o których mowa, stanowiły element Rocznych Planów Działań Informacyjno-Promocyjnych dla poszczególnych programów operacyjnych.

Rola PARP w promocji programów operacyjnych wynikała ze szczegółowych zapisów: *Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013*¹² oraz *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*¹³. Dokumenty te precyzują założenia komunikacji – tj. grupy docelowe, główne komunikaty, przykładowe narzędzia komunikacji oraz sposób koordynacji komunikacji funduszy europejskich. W celu koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych przewidzianych dla Agencji w RPD oraz w innych programach wsparcia, w PARP tworzone były tzw. roczne strategie komunikacji. Były to dokumenty o charakterze operacyjnym, przygotowywanym przez Departament Komunikacji Zewnętrznej (DKZ), po konsultacji ze wszystkimi komórkami organizacyjnymi Agencji.

[Dowód: akta kontroli str. 7-872, 2610-2611, 2617-2636, 2918-2999, 3361-3366]

PARP informowała na bieżąco potencjalnych beneficjentów o działaniach finansowanych w ramach programów operacyjnych (informacje prasowe, spotkania informacyjne, informacje zamieszczone na stronach internetowych).

- Każdy z 13 konkursów zorganizowanych w ramach działania 6.1 PO IG *Paszport do eksportu* poprzedzony był ogłoszeniem na stronie internetowej Agencji. Ogłoszenia zawierały niezbędne informacje i dokumenty dotyczące zasad i warunków uczestnictwa w programie. Ponadto zamieszczane były ogłoszenia prasowe oraz organizowane spotkania informacyjno-promocyjne i szkolenia dla potencjalnych beneficjentów. Działalność informacyjna prowadzona była także na targach (stoiska wystawiennicze, na których przedstawiciele PARP informowali m.in. o działaniu 6.1 PO IG), na konferencjach oraz w mediach, w tym elektronicznych. Przez cały okres realizacji działania funkcjonowała stosowna infolinia PARP.
- Informacje o prowadzonym przez PARP w latach 2014-2015 projekcie uczestnictwa Polski w Wystawie Światowej EXPO 2015 w Mediolanie zamieszczane były m.in. na dedykowanej projektowi stronie internetowej www.expo.gov.pl, w kanałach mediów społecznościowych oraz poprzez stronę internetową www.parp.gov.pl oraz www.een.org.pl.

O działaniach promocyjnych realizowanych w ramach innych projektów finansowanych ze środków unijnych (np. EEN) lub z budżetu państwa, przedsiębiorcy byli informowani za pośrednictwem własnych kanałów informacyjnych PARP i/lub instytucji zewnętrznych, w tym:

- stron internetowych (np. strony PARP, strony EEN, strony www.pi.gov.pl);
- Biuletynu Euro Info, wydawanego w ramach sieci EEN;
- newsletterów wysyłanych w formie elektronicznej;
- stron internetowych instytucji partnerskich - MG, Krajowej Izby Gospodarczej (KIG), Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA (PAIZ);
- za pośrednictwem mediów (prasa);

¹² Dokument zaakceptowany przez Komisję Europejską w dniu 15 października 2008 r.

¹³ Dokument zatwierdzony przez Komitet Monitorujący PO Pomoc Techniczna 2014-2020 w dniu 30 czerwca 2015 r.

Na przykład:

- W drugiej połowie 2012 roku ukazała się publikacja pt. „Klasy w Polsce – Katalog”¹⁴. O działaniach w ramach projektu informowano za pośrednictwem mediów, prowadzonego przez PARP Portalu Innowacji oraz bezpośrednio przez pracowników PARP (prezentacje podczas konferencji/ spotkań). Przy dystrybucji katalogu Agencja współpracowała m.in. z ambasadami i konsulatami RP, urzędami administracji publicznej i izbami gospodarczymi. Udział tych podmiotów w upowszechnianiu katalogu oszacowany został przez PARP na ok. 50%.
- W dniach 3-4 grudnia 2015 r. DKZ zorganizował kolejną edycję międzynarodowej konferencji dla startupów pod nazwą Startup Summit 2015. W ramach wydarzenia odbyła się premiera programu akceleracyjnego „Platformy Startowe dla nowych pomysłów”, realizowanego przez PARP w ramach PO RPW. Konferencja była na kilka tygodni przed rozpoczęciem szeroko promowana m.in. w startupowych i technologicznych mediach krajowych i zagranicznych, portalach społecznościowych oraz w mediach w formie płatnych reklam

[Dowód: akta kontroli str. 2451-2616]

Realizacja przedsięwzięć promocyjnych

W latach 2010-2015 PARP zrealizowała łącznie 84 przedsięwzięcia promocyjne, wydając 592,8 mln zł w tym na 10 działań współfinansowanych ze środków unijnych 539,1 mln zł (tj. 91,0%). Realizacja pozostałych 74 przedsięwzięć promocyjnych, w tym w ramach pomocy de minimis, sfinansowana została z dotacji budżetowych w łącznej wysokości 53,7 mln zł.

W poszczególnych latach okresu objętego kontrolą wydatki współfinansowane ze środków unijnych wynosiły:

- 2010 r. – 24,4 mln zł,
- 2011 r. – 41,9 mln zł,
- 2012 r. – 71 mln zł,
- 2013 r. – 83,7 mln zł
- 2014 r. – 154,3 mln zł
- 2015 r. – 163,8 mln zł.

W tym samym okresie wydatki finansowane z dotacji budżetowych osiągnęły wartość:

- 2010 r. – 36,5 mln zł (w tym 36 mln zł na organizację EXPO 2010 w Szanghaju),
- 2011 r. – 0,1 mln zł
- 2012 r. – 3,1 mln zł,
- 2013 r. – 5,6 mln zł,
- 2014 r. – 3,4 mln zł,
- 2015 r. – 5 mln zł.

[Dowód: akta kontroli str. 3339-3360]

Projekty współfinansowane ze środków unijnych

Działanie 6.1 POIG *Paszport do eksportu* realizowane było od dnia 17 lutego 2009 r. do dnia 31 grudnia 2015 r. Koszty według stanu na dzień 31 grudnia 2015 r. wyniosły 361,1 mln zł.

Celem działania było przede wszystkim wzmocnienie pozycji polskiej gospodarki poprzez promocję Polski jako atrakcyjnego partnera gospodarczego i miejsca nawiązywania wartościowych kontaktów handlowych, a także zwiększenie wielkości polskiego eksportu oraz

¹⁴ Zbiórce źródło informacji o 55 polskich klastrach z prawie 30 branż. Katalog został wydany w czterech językach: angielskim, niemieckim, rosyjskim i hiszpańskim i był dystrybuowany wśród polskich placówek za granicą oraz zagranicznych instytucji w Polsce. Był to element projektu systemowego PARP pn. *Rozwój zasobów ludzkich poprzez promowanie wiedzy, transfer i upowszechnianie innowacji*, finansowanego ze środków Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013 (Poddziałanie 2.1.3. PO KL „Wsparcie systemowe na rzecz zwiększania zdolności adaptacyjnych pracowników i przedsiębiorstw”).

zwiększenie liczby przedsiębiorców prowadzących działalność eksportową. Wsparcie – co do zasady – mogli uzyskać przedsiębiorcy z sektora MŚP którzy w okresie trzech lat przed rokiem złożenia wniosku odnotowali średni udział eksportu (w ramach UE i poza UE) w całkowitej sprzedaży nie większy niż 30% (i w żadnym roku nie większy niż 60%) oraz mają opracowany plan rozwoju eksportu, sporządzony nie wcześniej niż na 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o udzielenie wsparcia. Projekty w ramach Działania 6.1, przed 2012 r. początkowo realizowane były dwuetapowo. W ramach I etapu przedsiębiorca mógł uzyskać dofinansowanie na opracowanie planu rozwoju eksportu, a w II etapie na wdrożenie tego planu.

W ramach prowadzonej przez PARP w latach 2011 – 2015 bieżącej ewaluacji wybranych działań PO IG Agencja zaobserwowała zjawisko, że przedsiębiorcy realizowali I etap działania bez aplikowania o środki II etapu, który faktycznie pozwalał realizować cele i działania. Obserwacje te, dostrzeżone zostały także przez zespół wdrażający działanie. W konsekwencji tych prac, wprowadzono zmiany w realizacji działania (rozporządzenie Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 2 kwietnia 2012 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007–2013¹⁵). Zmiana polegała na odstąpieniu od dwuetapowości aplikowania o dofinansowanie. Wnioskodawcy mogli w ramach jednego wniosku aplikować o wsparcie na wdrożenie planu rozwoju eksportu z możliwością refundacji kosztów przygotowania planu rozwoju eksportu (w ramach usługi doradczej).

Na podstawie wyników przeprowadzonego przez PARP w 2012 r. dodatkowego badania ewaluacyjnego ("Identyfikacja barier wsparcia proeksportowego przedsiębiorstw") PARP w dniu 16 listopada 2012 r. przedstawiła systemowe rozwiązanie usprawniające rozliczanie wydatków związanych z podróżami służbowymi oraz promocyjno-informacyjnymi, z jednoczesnym uwzględnieniem biznesowego podejścia do realizacji projektów. Wprowadzono też możliwość rozliczania wniosków o płatność w oparciu o zestawienie dokumentów księgowych w celu przyspieszenia i usprawnienia rozliczeń projektów.

Dokonana została też kolejna zmiana zasad realizacji zadania – w drodze rozporządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 13 czerwca 2013 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013¹⁶. Najważniejsze zmiany polegały na:

- korekcie sposobu liczenia udziału eksportu w sprzedaży ogółem (jedno z kryteriów aplikowania o wsparcie);
- doprecyzowaniu zasad przygotowania planu rozwoju eksportu;
- stworzeniu możliwości aplikowania o środki na wdrożenie planu rozwoju eksportu tym przedsiębiorcom, którzy wprawdzie uzyskali wcześniej wsparcie na przygotowanie planów, jednak wskutek zmian sytuacji na rynkach zagranicznych wymagały one aktualizacji;
- wprowadzeniu nowych działań proeksportowych, które mogły być objęte wsparciem (udział w charakterze wystawcy w międzynarodowych imprezach targowo – wystawienniczych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej oraz organizację misji przedsiębiorców zagranicznych u beneficjenta);
- podniesieniu maksymalnej intensywności wsparcia¹⁷ do 75 % oraz kwoty wsparcia do 400 000 zł dla jednego przedsiębiorcy na jeden projekt.

Powyższe zmiany wpłynęły przede wszystkim na dopuszczeniu większej grupy przedsiębiorców do aplikowania o udzielenie wsparcia, a tym samym zwiększenie liczby beneficjentów.

Realizacja celu działania mierzona jest za pomocą ośmiu mierników. Pierwotnie planowane wartości sześciu z nich (oznaczonych numerami od 1 do 6) w 2012 r. zostały zmniejszone: wskaźnik nr 1 z 3000 na 2350; nr 2 z 2500 na 2000; nr 3 z 500 na 400; nr 4 z 2000 na 1800;

¹⁵ Dz. U z 2012 r. poz. 438.

¹⁶ Dz.U. z 2013 r., poz. 691.

¹⁷ Udział dotacji w finansowaniu kosztów.

nr 5 z 200 na 150 oraz nr 8 z 2000 na 1400. Wartości osiągnięte przedstawiają się następująco¹⁸:

1. Liczba projektów polegających na przygotowaniu Planu rozwoju eksportu wspartych ze środków działania: plan 2350, wykonanie 2327;
2. Liczba projektów polegających na wdrożeniu Planu rozwoju eksportu: plan 2000, wykonanie 1869;
3. Liczba przedsiębiorców, którzy uzyskali niezbędne dokumenty uprawniające do wprowadzenia produktów lub usług na wybrany rynek zagraniczny: plan 400, wykonanie 413;
4. Liczba wspartych przedsiębiorców, którzy uczestniczyli w przedsięwzięciach targowo wystawienniczych i zorganizowanych misjach gospodarczych za granicą: plan 1800, wykonanie 1587;
5. Liczba wspartych przedsiębiorców, którzy skorzystali z usług doradczych w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej: plan 150, wykonanie 478;
6. Liczba wspartych przedsiębiorców, którzy skorzystali z usług doradczych w zakresie koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranym rynku zagranicznym: plan 200, wykonanie 766;
7. Liczba przedsiębiorców zdobywających swoje pierwsze zamówienie spoza Polski w ciągu dwóch lat od momentu uzyskania wsparcia: plan 885, wykonanie 606;
8. Liczba przedsiębiorców, którzy zwiększyli eksport w wyniku wsparcia: plan 1400, wykonanie 1245.

Dane te, aczkolwiek nieostateczne¹⁹, wskazują że zagrożone jest osiągnięcie założonych wartości co najmniej czterech spośród nich. Według wyjaśnień Dyrektora DIW²⁰ przyczynami powyższego stanu, w odniesieniu do mierników 2,4,7 i 8 rzeczy jest m.in. znaczna liczba rozwiązyanych umów wsparcia (ponad 700 od początku realizacji działania). Wartość mierników nr 7 i 8 może być jeszcze osiągana w okresie trwałości projektu, a więc ich relacja do planu może ulec istotnej zmianie. Zdaniem NIK, na rezultatach tego działania zaważyły z jednej strony początkowo nietrafne założenia i niektóre zasady, z drugiej zaś nie-sprzyjający eksportowi okres dekonunktury na najważniejszych dla Polski rynkach. Dostrzegalne jest jednak zainteresowanie przedsiębiorców szansami stworzonymi przez to działanie, na co wskazuje znacząco wyższe niż przewidywane zainteresowanie przedsiębiorców usługami doradczymi.

[Dowód: akta kontroli str. 2541- 2600, 2874- 2880, 2888- 2891, 3367-3369]

Lokalne Centra Obsługi Inwestora

W dniu 22 grudnia 2009 r. PARP podpisała umowę ze Stowarzyszeniem „Lokalna Grupa Działania – Wokół Łysej Góry” na realizację, w ramach działania I.4 Promocja i współpraca PO RPW, projektu utworzenia sześciu lokalnych centrów obsługi inwestora (LCOI), na terenie pięciu województw Polski Wschodniej (województwa lubelskie, podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie). Projekt był realizowany w okresie od 1 stycznia 2010 r. do 31 grudnia 2014 r. Faktyczny koszt projektu to 8,8 mln zł.

Była to druga zawarta przez Agencję w 2009 r. umowa dotycząca centrów obsługi inwestora. Pierwsza podpisana została z PAIZ w dniu 29 lipca 2009 r. na utworzenie i rozwój sieci współpracy centrów obsługi inwestora (COI). Projekty współfinansowane były ze środków działania I.4 Promocja i współpraca, PO RPW.

W odniesieniu do PO RPW Agencja pełniła rolę Instytucji Pośredniczącej (IP). Instytucją Zarządzającą (IZ) był natomiast Departament Projektów Ponadregionalnych w urzędzie ministra właściwego do spraw rozwoju. Wdrażanie PO RPW śledził Komitet Monitorujący

¹⁸ Dane o wykonaniu (narastająco) według stanu na 18 kwietnia 2016 r. Dane dotyczące planu przedstawiają wartości docelowe w 2015 r.

¹⁹ Według wyjaśnień Dyrektora Departamentu Wsparcia Innowacyjności (DIW) – Pana Macieja Ziarko z dnia 11 kwietnia 2016 r. (data sprostowana na podstawie art. 35c ust. 1 - ust. 3 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli) ostateczne dane o wykonaniu na podstawie rozliczonych projektów będą znane po 30 kwietnia 2016 r.

²⁰ Pismo z dnia 21 kwietnia 2016 r.

powołany przez IZ. PARP nie decydowała o treści PO RPW i doborze działań wspieranych w jego ramach. Projekty COI i LCOI zostały wybrane w procedurze konkursowej. PARP realizowała proces naboru projektów. Projekty COI i LCOI – w świetle założonych kryteriów i wymagań – uzyskały niezbędną liczbę punktów, wypełniały warunki określone w przepisach prawa i dokumentach programowych, zostały więc rekomendowane przez Agencję do objęcia wsparciem. Akceptacji listy projektów rekomendowanych dokonała Instytucja Zarządzająca.

Generalnym celem projektu utworzenia LCOI było spowodowanie wzrostu zainteresowania ofertą gospodarczą Polski Wschodniej, a celami szczegółowymi – pobudzenie wzrostu gospodarczego i przełamanie zastoju marginalizującego województwa Polski Wschodniej oraz (...) stworzenie sieci powiązań pomiędzy istniejącymi lokalnymi centrami obsługi inwestorów działającymi we wszystkich województwach Polski Wschodniej, a jednostkami promocji inwestycji, eksportu, turystyki, jednostkami terytorialnymi i innymi podmiotami, które mogą mieć wpływ na promocję tego regionu Polski. Do realizacji projektu miały być wykorzystane lokalne centra obsługi, prowadzone przez partnerów Stowarzyszenia, którymi były Lokalne Grupy Działania²¹.

W ramach projektu powstał portal internetowy²², na którym umieszczony został m.in. Polski Atlas Gospodarczy (mapa terenów i ofert inwestycyjnych), system nawigacji GPS powiązany z Atlasem Gospodarczym, system komunikacji on-line (B2B& Business Forum), zintegrowany system zabudowy targowo-konferencyjnej i prezentacji multimedialnej oraz system przekazywania ofert branżowych do rynków docelowych (tzw. Massmailing). Według stanu na dzień 22 kwietnia 2016 r. na portalu uwidocznionych było 2340 ofert.

Miernikami realizacji celu projektu było pięć wskaźników produktu, odnoszących się do tworzonej sieci, tj.:

- liczba nowych etatów (umowa o pracę): plan 12 (docelowo w roku 2014), wykonanie 12;
- liczba zatrudnionych na umowie zlecenia: plan 5, wykonanie 5;
- liczba wyprodukowanych materiałów promocyjnych: plan (narastająco) 275 tys. sztuk, wykonanie 1117,8 tys.;
- liczba nowych produktów wprowadzonych na rynek: plan 6, wykonanie 6;
- liczba wspartych działających LCOI: plan 6, wykonanie 6.

Wskaźnikiem rezultatu była „Liczba inwestorów, którzy skorzystali z usług informacyjnych”. Liczba planowana to 2000, a wykonana 1665 (83,25 %). Nie oznacza to jednak, że wskaźnik ten (najistotniejszy dla projektu) nie został zrealizowany, gdyż może on być osiągnięty w okresie trwałości projektu, tj. do sierpnia 2017 r.²³

[Dowód: akta kontroli str. 2755-2873]

Sieć Enterprise Europe Network (EEN)

Rada Ministrów uchwałą nr 313/2007 z dnia 31 grudnia 2007 r. ustanowiła program wieloletni pod nazwą „Udział Polski w Programie ramowym na rzecz konkurencyjności i innowacji, w latach 2008-2013”. W styczniu 2014 r. okres realizacji projektu został wydłużony do końca 2014 r.²⁴ Koszt realizacji zadań PARP w zakresie EEN to 5,6 mln zł.

Celem Programu było zapewnienie udziału polskich podmiotów w *Programie ramowym na rzecz konkurencyjności i innowacji w latach 2007-2013*²⁵ (Program CIP) przyjętym przez Parlament Europejski i Radę Unii Europejskiej²⁶. Zadaniem PARP w tym zakresie było:

²¹ Rodzaj partnerstwa terytorialnego tworzonego zwykle na obszarach wiejskich, zrzeszającego przedstawicieli lokalnych organizacji (z sektora publicznego, prywatnego i pozarządowego) oraz mieszkańców danego obszaru wyznaczonego granicą gmin członkowskich.

²² www.lcoi.pl

²³ Dwa lata od daty ostatniej płatności, która miała miejsce w sierpniu 2015 r.

²⁴ Uchwała Rady Ministrów nr 4/2014 z dnia 7 stycznia 2014 r.

²⁵ Z ang. Competitiveness and Innovation Framework Programme.

²⁶ Decyzja nr 1639/2006/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 24 października 2006 r. ustanawiająca Program ramowy na rzecz konkurencyjności i innowacji (2007-2013) (Dz. Urz. UE L 310 z 09.11.2006, str. 15.)

- zapewnienie finansowania wkładu własnego polskich konsorcjów wybranych przez KE w drodze konkursu;
- sfinansowanie działalności krajowych punktów kontaktowych (KPK) do Programu CIP;
- zapewnienie środków finansowych na udział Polski w inicjatywach podejmowanych w ramach CIP.

Zapewnienie finansowania wkładu własnego polskich konsorcjów w latach 2008-2014 Agencja realizowała na podstawie umów ramowych zawartych z Ministrem Gospodarki w dniach 25 kwietnia 2008 r. i 24 maja 2011 r. oraz corocznych umów wykonawczych. PARP, z dotacji celowych udzielanych przez Ministra Gospodarki, finansowała wkład własny czterech polskich konsorcjów wybranych przez KE do pełnienia roli ośrodków EEN (grupujących 30 ośrodków) oraz trzech KPK do Programu CIP.

Konsorcja EEN, na podstawie umów zawartych z KE, świadczyły usługi na rzecz przedsiębiorców w zakresie:

- zapewniania informacji dotyczących m.in. wewnętrznego rynku, tworzenia sieci międzynarodowych, polityk i programów Wspólnoty,
- innowacji oraz transferu technologii i wiedzy;
- zachęcania do uczestnictwa w 7 Programie Ramowym na rzecz badań²⁷.

Działania te skupione były na obsłudze działalności gospodarczej krajowych przedsiębiorców i – zdaniem PARP – nie dotyczyły w swoim podstawowym zakresie promocji gospodarczej Polski. Uwzględniając fakt, że nie istnieje jedna, powszechnie przyjęta, definicja promocji gospodarczej zaliczenie poszczególnych przedsięwzięć (programów etc.) do tej kategorii działań nastręcza trudności klasyfikacyjne. Zdaniem NIK, działania PARP w zakresie związanym z EEN niewątpliwie przyczyniały się internacjonalizacji polskich przedsiębiorców i w tym sensie stanowiły element wsparcia aktywności polskiego biznesu na obcych rynkach.

PARP finansowała działalność trzech KPK do Programu CIP. Punkty zapewniały w pierwszej kolejności obsługę interesariuszy i beneficjentów programów szczegółowych CIP, tj. „EIP – Program na rzecz przedsiębiorczości i innowacji”, w tym komponent „Instrumenty Finansowe dla MŚP”, „ICT-PSP – Program na rzecz wspierania polityki w zakresie technologii informacyjnych i komunikacyjnych”, „Inteligentna energia – program dla Europy”.

Analiza wskaźników w zakresie realizacji zadań przez PARP jako koordynatora konsorcjum Central Poland – Business Support Network²⁸ (CP-BSN) wykazała, że nie wszystkie wskaźniki zostały wykonane w całości. Były to:

w latach 2008-2010:

- Liczba uczestników targów i misji wykonano w 51,3% (plan 240, wykonanie 123)
- Liczba profili w bazie POD²⁹ wykonano w 81,7% (plan 60, wykonanie 49)

w latach 2011-2012:

- Liczba profili w bazie POD wykonano w 62,9% (plan 70, wykonanie 44)

w latach 2013-2014 wskaźniki:

- Liczba uczestników targów i misji wykonano w 76,1% (plan 180, wykonanie 137)
- Liczba profili w bazie POD wykonano w 58,6% (plan 70, wykonanie 41).

²⁷ Z ang. Seventh Framework Programme) Program w zakresie badań i rozwoju technologicznego.

²⁸ Grupujące sześć ośrodków na terenie 4 województw (mazowieckiego, łódzkiego, kujawsko-pomorskiego, pomorskiego).

²⁹ Z ang. Partnering Opportunities Database (dawniej Biznesowa, Kooperacyjna Baza Danych - BCD).

Według wyjaśnień pana Michała Polańskiego, dyrektora Departamentu Promocji Gospodarczej (DPG)³⁰, projekt realizowany przez CP-BSN ma złożony charakter i obejmuje realizację kilkudziesięciu wskaźników określonych w umowach zawartych przez konsorcjum z Agencją Wykonawczą ds. Małych i Średnich Przedsiębiorstw Komisji Europejskiej (EASME). W latach 2008 – 2010 zaplanowane przez PARP wskaźniki miały charakter estymacji, opartej na szacowaniu popytu na poszczególne usługi oraz doświadczeń, wyniesionych przez partnerów z realizacji podobnych projektów. Dodatkowo w latach tych doszło do istotnego i nie spodziewanego pogorszenia sytuacji gospodarczej w Polsce i na świecie, co miało wpływ na zmniejszony, w stosunku do szacowanego, popyt na usługi świadczone w ramach CP-BSN, w szczególności w zakresie międzynarodowej współpracy gospodarczej.

Przyczyną nieosiągnięcia pełnych wskaźników liczby profili zamieszczonych w bazie POD w ramach wszystkich edycji projektu istotny wpływ miało opóźnienie uruchomienia tej bazy, problemy techniczne związane z bieżącym funkcjonowaniem, jak również złożony system zatwierdzania profili kooperacyjnych (dokonywane jest przez pracownika EASME). Sprawa funkcjonowania bazy była wielokrotnie przedmiotem uwag przekazywanych EASME oraz korespondencji kierowanej do członków sieci EEN.

Według metodologii stosowanej przez EASME ocena realizacji projektu uwzględnia wskaźniki osiągnięte przez wszystkich uczestników konsorcjum. W tym ujęciu w latach 2008-2010 wskaźnik:

- Liczba uczestników targów i misji – został osiągnięty na poziomie całego konsorcjum (w trzyletnim realizacji projektu): plano 425, wykonanie 434,
- Liczba profili w bazie POD – plan 448 wykonanie 531;.

W latach 2011-2012:

- Liczba profili w bazie POD – plan 361, wykonanie 427;

W latach 2013-2014 wskaźnik:

- Liczba uczestników targów i misji – został zrealizowany przez konsorcjum na poziomie 87,6%: plan 345, wykonanie 302;
- Liczba profili w bazie POD – został wykonany na poziomie całego konsorcjum 99,7%: plan 366, wykonanie 365.

Na podstawie uchwały Rady Ministrów nr 17/2015 z dnia 3 lutego 2015 r. w sprawie ustanowienia programu wieloletniego pod nazwą „Udział Polski w Programie na rzecz konkurencyjności przedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw (COSME) oraz w instrumentach finansowych programów UE, wspierających konkurencyjność przedsiębiorstw, w latach 2015-2021”, PARP od 2015 r. realizuje analogiczne zadania jak opisane powyżej w odniesieniu do:

- zapewnienia finansowania wkładu własnego polskich konsorcjów EEN;
- sfinansowaniu działalności Krajowego Punktu Kontaktowego ds. instrumentów finansowych programów UE.

[Dowód: akta kontroli str. 893-1042, 1755-2235, 2310-2415, 2451-2609, 2918-2999, 3000-3366]

Projekty finansowane ze środków krajowych

Projektami bezpośrednio służącymi promocji gospodarczej, rozumianej jako działania promocyjne, których celem jest przyciągnięcie uwagi i wzbudzenie pozytywnego zainteresowania Polską w aspekcie gospodarczym, były m.in.:

- udział Polski w Światowej Wystawie EXPO 2010 w Szanghaju;
- projekt „Przygotowanie udziału Polski, jako partnera strategicznego w targach teleinformatycznych CeBIT 2013 w Hanowerze” (w dniach od 5 do 9 marca 2013 r.) – realizowany na zlecenie Ministra Gospodarki;

³⁰ Pismo znak: BAW.081.KK.001.008.2016.0.MN.22W z dnia 5 kwietnia 2016 r.

- projekt „Przygotowanie udziału Polski w targach teleinformatycznych CeBIT Bilisim Eurasia 2013” oraz „Przygotowanie udziału Polski w targach teleinformatycznych CeBIT 2014 w Hanowerze”;
- udział Polski w Światowej Wystawie EXPO 2015 w Mediolanie.

Ponadto w latach 2010 – 2015 Agencja zorganizowała jedno- lub kilkudniowe imprezy z zakresu promocji gospodarczej, w tym m.in:

- coroczne spotkania informacyjne dla przedstawicieli placówek dyplomatycznych akredytowanych w RP oraz reprezentantów bilateralnych izb przemysłowo handlowych (15 grudnia 2010 r., 25 listopada 2011 r., 5 grudnia 2012 r., 9 grudnia 2013 r., 10 grudnia 2014 r., 10 grudnia 2015 r.);
- Forum Inwestycyjne pn. „China Poland Investment Cooperation Forum” (Chiny, 19 grudnia 2011 r.);
- Projekt promocji eksportu branży gier komputerowych (IT/ICT) połączony z udziałem w Międzynarodowych Targach Global Game Exhibition w Pusan w Korei Południowej (6 listopada 2012 r. – 12 listopada 2012 r.);
- Projekt promocji eksportu branży półprzewodnikowej połączony z udziałem w konferencji 10th International Conference on Nitride Semiconductors w USA (24 sierpnia 2013 r. – 1 września 2013 r.);
- Współpraca przy organizacji promocyjnego stoiska targowego na targach INNOVA w Brukseli (Belgia, 14 listopada 2013 r. – 15 listopada 2013 r., 13 listopada 2014 r. – 15 listopada 2014 r., 19 listopada 2015 r. – 21 listopada 2015 r.);
- Misja polskich przedsiębiorców towarzysząca wizycie Prezydenta RP Andrzeja Dudy do Chin, fora gospodarcze w Szanghaju oraz Suzou (23 listopada 2015 r. – 24 listopada 2015 r.).

Łącznie Agencja zorganizowała 74 przedsięwzięcia promocyjne finansowane wyłącznie ze środków krajowych, wydając 53,7 mln zł.

[Dowód: akta kontroli str. 3339-3360]

Logotypy używane podczas działań promujących polską markę i gospodarkę

Realizując działania promocyjne za granicą w latach 2010 – 2015 PARP posługiwała się następującymi logotypami.

- Logo Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, którym Agencja posługuje się od momentu powstania. Aktualny logotyp powstał w 2008 r. i jest stosowany przy oznakowaniu wszelkich działań realizowanych przez PARP.
- Logo „Enterprise Europe Network” - służy oznakowaniu wszelkich aktywności realizowanych przez wszystkie punkty EEN w ramach sieci, zgodnie z przyjętymi w tym zakresie zasadami.
- Logo „Marka Polskiej Gospodarki” jest stosowane na papierze firmowym (korespondencja zewnętrzna, stopka w mailu), na stronie internetowej PARP, na materiałach promocyjnych i informacyjnych PARP dotyczących następujących projektów:
 - „Przygotowanie udziału Polski, jako partnera strategicznego w targach teleinformatycznych CeBIT 2013 w Hanowerze”,
 - „Przygotowanie udziału Polski w targach teleinformatycznych CeBIT Bilisim Eurasia 2013”,
 - „Przygotowanie udziału Polski w targach teleinformatycznych CeBIT 2014 w Hanowerze”,
 - „Udział w Światowej wystawie Expo 2015 w Mediolanie”.
- Dla projektów dotyczących udziału w targach teleinformatycznych CeBIT dokonane zostało w uzgodnieniu z MG dostosowanie logotypu „Marki Polskiej Gospodarki” do zakresu tematycznego targów oraz przewodniego hasła polskiego uczestnictwa „TalentIT People”.

- Logotypy stworzone na potrzeby projektów „Udział Polski w Światowej Wystawie EXPO 2010 w Szanghaju” oraz „Udział w Światowej wystawie Expo 2015 w Mediolanie”. Stosowanie odrębnych logotypów udziału Polski w Wystawie Światowej w Szanghaju oraz Mediolanie wynikało każdorazowo z przyjętej Koncepcji Programowej i było dopasowane do tematyki i charakteru wystawy, a także powiązane było z koncepcją architektoniczną obu pawilonów.
- Działania związane z promocją kontaktów pomiędzy krajami Europy Środkowo-Wschodniej i Chin (Rada Biznesu 16+1) były realizowane z wykorzystaniem odrębnego logotypu tej Rady.
- Działania realizowane w ramach: PO RPW oraz PO IG opatrzone były logotypami właściwymi dla programów.

[Dowód: akta kontroli str. 1758-1972, 2389-2309, 2325-2415]

Podmioty współpracujące z PARP przy realizacji przedsięwzięć promocyjnych

W latach 2010 – 2015 przy realizacji przedsięwzięć promocyjnych, zarówno finansowanych ze środków UE, jak i budżetu państwa PARP współpracowała (poza MG) m.in. z: Kancelarią Prezydenta RP, MSZ, Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Agencją Rynku Rolnego, Ministerstwem Infrastruktury i Rozwoju, PAIZ, Krajową Izbą Gospodarczą, urzędami marszałkowskimi, ambasadami oraz konsulatami RP, Bankiem Światowym i organizacjami gospodarczymi.

Elementem współpracy były np.:

- regularnie organizowane przez Departament Promocji Gospodarczej spotkania informacyjne dla kandydatów do pracy na stanowiskach merytorycznych w Wydziałach Promocji Handlu i Inwestycji, m.in. w celu poinformowania ich o działalności Agencji na wybranych rynkach zagranicznych oraz o możliwościach współpracy PARP z WPHI;
- współdziałanie PARP, jako głównego organizatora EXPO 2015 w Mediolanie, z Komisarzem Generalnym wystawy, tj. Prezesem PAIZ oraz Agencją Rynku Rolnego i Polską Organizacją Turystyczną, która odpowiadała za realizację kampanii promującej atrakcje turystyczne Polski oraz organizację dziesięciodniowego programu promocji polskich regionów pod względem atrakcji turystycznych; w realizację tego projektu były także zaangażowane Bank Gospodarstwa Krajowego, władz województw zaangażowanych w organizację tygodni regionalnych oraz podmioty organizujące punktowe wydarzenia (np. Filharmonia Narodowa – koncerty Chopinowskie w Pawilonie, organizacja koncertu w Dniu Polskim, Instytut Wzornictwa Przemysłowego – organizacja tygodni polskiego wzornictwa i wystawy „Stół Polski”).

[Dowód: akta kontroli str. 873-879, 1043-1754, 2610-2691]

Ustalone
nieprawidłowości
i uwagi
dotyczące badanej
działalności

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości

Ocena cząstkowa

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność w badanym obszarze.

3. Monitorowanie działań w zakresie promocji gospodarczej

Mierniki stopnia osiągnięcia wyznaczonych celów

Opis stanu
faktycznego

Analiza wskaźników realizacji celów przedsięwzięć promocyjnych realizowanych przez PARP w latach 2010 – 2015 wykazała, że niektóre z nich nie zostały w pełni zrealizowane.

- *Projekt promocji eksportu branży ochrony środowiska oraz energii odnawialnej/lotniczej/IT/ICT* połączony z udziałem w VII Forum Współpracy Technologicznej

UE w Chengdu (Chiny) we wrześniu 2012 r. – zaplanowano 24 beneficjentów w misji gospodarczej a udział wzięło 18;

- *Projekt promocji eksportu branży gier komputerowych (IT/ICT)* połączony z udziałem w Międzynarodowych Targach Global Game Exhibition w Pusan w Korei Płd. w listopadzie 2012 r. – spośród 11 planowanych uczestników misji gospodarczej udział wzięło ośmiu;
- *Projekt promocji eksportu branży IT/ICT* połączony z udziałem w Międzynarodowych Targach Elektroniki – Taitronics w Tajpej (Tajwan) oraz Hong Kong Electronics Fair w Hong Kongu (październik 2012 r.) – zaplanowano sześciu uczestników w misji gospodarczej, a udział wzięło dwóch;
- *Projekt promocji eksportu branży IT/ICT* połączony z udziałem w targach HTIA w Tel Awiwie (wrzesień 2012 r.) – zaplanowano siedmiu uczestników – pojechało pięciu;
- *Projekt promocji eksportu branży IT/ICT* połączony z udziałem w Międzynarodowych Targach Teleinformatycznych COMPUTEX w Tajpej (czerwiec 2013 r.) zaplanowano 16 uczestników – udział wzięło 13;
- *Projekt promocji branży gier komputerowych* połączony z udziałem w Międzynarodowych Targach Global Game Exhibition 2013 w Pusan w Korei (listopad 2013 r.) zaplanowano 10 uczestników – udział wzięło 6;
- W Polsko – Indyjskim spotkaniu B2B (3 czerwca 2014 r.) miało wziąć udział 100 uczestników – a uczestniczyło 75;
- *Projekt promocji eksportu branży usług IT/elektronicznej/oprogramowania* połączony z udziałem w Hong Kong Electronics Fair (kwiecień 2014 r.) zaplanowano 34 uczestników – udział wzięło 28 (82%).

Według wyjaśnień pana Michała Polańskiego, dyrektora DPG³¹ wszystkie powyższe przedsięwzięcia (poza Polsko – Indyjskimi spotkaniami B2B) realizowane były w ramach branżowych projektów promocyjnych dotyczących eksportu.

Agencja, jako koordynator, odpowiedzialna była za złożenie w imieniu aplikujących firm wniosku o dofinansowanie i przygotowanie programu misji gospodarczej, natomiast umowy o dofinansowanie zawierane były z beneficjentami przez Ministerstwo Gospodarki. Niższy od założonych poziom wykonania wskaźników najczęściej spowodowany był rezygnacją firm z udziału w misji. Przyczyniał się do tego przedłużający się proces oceny wniosków, brak wiedzy na temat ostatecznego poziomu przyznanego wsparcia lub przyznanie beneficjentom wsparcia w niższej niż wnioskowana wysokości.

Realizacja projektów branżowych przy wykorzystaniu wsparcia w formule *de minimis* była ponadto utrudniona w związku z szybkim wyczerpywaniem się środków pozostających w dyspozycji MG. W efekcie Agencja nie mogła prowadzić promocji udziału w organizowanych przez siebie misjach z niezbędnym wyprzedzeniem.

Problemy związane z realizacją projektów promocji branżowej w formule *de minimis* były przez PARP sygnalizowane Ministerstwu Gospodarki podczas opiniowania zmian do rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 31 października 2007 r. w sprawie udzielania pomocy *de minimis* na realizację branżowych projektów promocyjnych w zakresie eksportu lub sprzedaży na Jednolitym Rynku Europejskim³².

[Dowód: akta kontroli str. 1755-1765, 2310-2324, 2416-2448, 3000-3360]

Monitoring

W odniesieniu do imprez organizowanych w ramach sieci EEN wskaźniki ilościowe (liczba uczestników) poszczególnych wydarzeń były monitorowane za pomocą list uczestnictwa lub

³¹ Pismo znak: BAW.081.KK.001.008.2016.0.MN.22W z dnia 5 kwietnia 2016 r.

³² Pismo PARP znak: DPG-0-073-7/11-AP z dnia 3 października 2012 r. oraz z dnia 15 marca 2013 r.

elektronicznych formularzy. Uczestnicy przedsięwzięć kooperacyjnych (misje, spotkania brokerskie) byli ankietowani po ich zakończeniu.

W przypadku projektów pt.: *Program Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej; Lokalne Centra Obsługi Inwestora – Eastern European Gateway* oraz projektu *Tworzenie i rozwój sieci współpracy centrów obsługi inwestora*, zgodnie z systemem realizacji PO RPW podstawowym narzędziem monitorującym działania oraz ich efektywność były przygotowywane przez beneficjenta wnioski o płatność oraz przedstawiane aktualizacje harmonogramów realizacji projektu a także dodatkowa sprawozdawczość poprzez które PARP monitorowała na bieżąco poziom osiągnięcia wskaźników projektu.

Efektywność działań monitorowana była w trakcie cyklicznych posiedzeń Grupy Roboczej, gdzie przedstawiano działania zrealizowane w danym kwartale i omawiano działania zaplanowane. Po analizie kwartalnych efektów prezentowanych przez beneficjenta akceptowano najbardziej efektywne według przedsiębiorców i przedstawicieli regionów kierunki i rodzaje imprez promocyjnych. W tym celu wykorzystywano również wyniki badań ewaluacyjnych i raportów opracowanych na zlecenie beneficjenta. Agencja w porozumieniu z beneficjentem przygotowywała prezentacje na potrzeby półrocznych spotkań z przedstawicielami KE. Monitoring realizacji celów w odniesieniu do przygotowania obecności Polski na Wystawie Światowej EXPO 2015 w Mediolanie wykonywany był poprzez bieżącą kontrolę realizacji projektu systemowego PARP „Promocja polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych dotyczący Wystawy Światowej EXPO 2015 w Mediolanie” i opierał się na harmonogramie rzeczowo-finansowym projektu, który mógł być aktualizowany bez konieczności podpisywania aneksu do umowy.

PARP była zobowiązana do składania nie rzadziej niż raz na trzy miesiące „wniosków o płatność” rozliczających poniesione wydatki. W każdym „wniosku o płatność” wypełniano tabelę realizacji założonych „wskaźników produktu”. W ostatnim wniosku zawarta została również tabela prezentująca realizację „wskaźników rezultatu”. W trakcie realizacji projektu PARP złożyła 16 wniosków o płatność, w tym we wniosku nr 16 znalazła się kompletna informacja o realizacji założonych wskaźników.

[Dowód: akta kontroli str. 6, 893-1042, 2451-2609]

Wspieranie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski

Według wyjaśnień Prezesa Agencji³³ w ramach niektórych przedsięwzięć PARP prowadzone były działania zmierzające do przyciągnięcia do Polski bezpośrednich inwestycji zagranicznych, lecz były one realizowane przez przedstawicieli PAIZ.

[Dowód: akta kontroli str. 1043-1054]

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

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność w badanym obszarze.

IV. Wnioski

Wobec niestwierdzenia nieprawidłowości Najwyższa Izba Kontroli odstępuje od formułowania wniosków pokontrolnych.

V. Pozostałe informacje i pouczenia

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

Zgodnie z art. 54 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o *Najwyższej Izbie Kontroli*³⁴ kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Za-

³³ Pismo znak: BAW.081.KK.001.008.2016.0.MN.230 z dnia 2 marca 2016 r.

³⁴ Dz. U. z 2015 r., poz.1096, dalej: *ustawa o NIK*.

Ustalone
nieprawidłowości i
uwagi dotyczące
badanej działalności

Ocena częściowa

Wnioski pokontrolne

Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

*Obowiązek
poinformowania
NIK o sposobie wyko-
rzystania uwag
i wykonania wniosków*

strzeżenia zgłasza się do dyrektora Departamentu Gospodarki, Skarbu Państwa i Prywatyzacji Najwyższej Izby Kontroli.

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.

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

Warszawa, dnia 29 kwietnia 2016 r.

Najwyższa Izba Kontroli
Departament Gospodarki,
Skarbu Państwa i Prywatyzacji

Kontrolerzy:

/-/ Małgorzata Kornaga
specjalista kp.

Dyrektor
/-/ Sławomir Grzelak

/-/ Jerzy Gawlak
starszy inspektor kp.