



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI

Delegatura w Kielcach

LKI.410.002.07.2019

Paweł Marwicki
Burmistrz Miasta i Gminy Łagów
Urząd Miasta i Gminy w Łagowie
Rynek 62
26-026 Łagów

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

P/19/072 – Promocja gmin województwa świętokrzyskiego

I. Dane identyfikacyjne

Jednostka kontrolowana	Urząd Miasta i Gminy w Łagowie, Rynek 62, 26-026 Łagów (dalej: Urząd).
Kierownik jednostki kontrolowanej	Paweł Marwicki, Burmistrz Miasta i Gminy Łagów ¹ od 1 stycznia 2018 r. (od 8 grudnia 2014 r. do 31 grudnia 2017 r. Wójt Gminy Łagów) Do 7 grudnia 2014 r. Wójtem Gminy Łagów była również Małgorzata Orłowska-Masternak.
Zakres przedmiotowy kontroli	1. Planowanie i organizacja działań promocyjnych. 2. Charakter działań promocyjnych, ich realizacja i wysokość wydatków ponoszonych na promocję. 3. Monitorowanie efektów prowadzonych działań promocyjnych i ich ewaluacja.
Okres objęty kontrolą	Lata 2014-2018 z wykorzystaniem danych i dowodów sporządzonych przed lub po tym okresie, dotyczących przedmiotu kontroli.
Podstawa prawna podjęcia kontroli	Art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli ² .
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Kielcach.
Kontroler	Zdzisław Kałamaga, doradca ekonomiczny, upoważnienie do kontroli nr LKI/20/2019 z 13 lutego 2019 r.

(akta kontroli str. 1-8)

¹ Na podstawie § 3 pkt 7 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 24 lipca 2017 r. w sprawie ustalenia granic niektórych miast i gmin, nadania niektórym miejscowościom statusu miasta, zmiany nazwy gminy oraz siedzib władz niektórych gmin (Dz. U. poz. 1427, ze zm.), z dniem 1 stycznia 2018 r. miejscowości Łagów nadano status miasta.

² Dz. U. z 2019 r. poz. 489; dalej: ustawa o NIK.

II. Ocena ogólna³ kontrolowanej działalności

OCENA OGÓLNA

Realizowana w kontrolowanym okresie promocja gminy Łagów (dalej: Gmina) wpisywała się w ogólnie sformułowane cele, kierunki i działania ujęte w Strategii Rozwoju Gminy Łagów na lata 2015-2024 (dalej: Strategia). Obowiązująca do 2014 r. Strategia Zrównoważonego Rozwoju nie zawierała celów dot. promocji Gminy. Zawarte w Strategii wskaźniki jej realizacji nie odnosiły się do promocji.

W Urzędzie opracowywano corocznie *Plany promocji gminy*, a monitoring działań promocyjnych polegał na systematycznej obserwacji wdrażania działań promocyjnych pod kątem ich skuteczności i planowanych ewentualnych zmian, udogodnień i modyfikacji. Zajmował się tym zespół pracowników Urzędu, którzy analizowali działania promocyjne z danego roku i określali wspólne stanowisko zatwierdzone następnie przez Burmistrza, w zakresie opracowania programów promocji na rok następny. Każdy z nich zawierał proponowane działania na dany rok zawierające termin realizacji, uwagi organizacyjne i szacunkowy koszt działania promocyjnego. Część działań promocyjnych pokrywała się w każdym roku, a część była zmieniana w zależności od oceny ww. zespołu. Uwagę zwraca znaczna różnica pomiędzy planem wydatków promocyjnych, a ich wykonaniem występująca w latach 2014-2018 wynosząca odpowiednio: 42,3% 2014 r., 113,2% w 2015 r., 70,6% w 2016 r., 22,6% w 2017 r. oraz 72,7% w 2018 r. mogąca świadczyć o niewłaściwie prowadzonej analizie potrzeb promocyjnych.

Zadania dotyczące promocji zostały prawidłowo przydzielone jednej osobie - inspektorowi ds. promocji gminy.

Środki na promocję, zgodnie z przepisami rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 2 marca 2010 r. w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków, przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych⁴ zaplanowano w rozdziale klasyfikacji budżetowej 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego (dalej: rozporządzenie w sprawie klasyfikacji)*.

W kontrolowanych latach, wydatki promocyjne Urzędu systematycznie rosły – ze 113 575,24 zł w 2014 r. do 370 001,20 zł w 2018 r. i wyniosły ogółem 1 205 085,93 zł. Analiza wydatków na łączną kwotę 66 969,06 zł wykazała, że do działań promocyjnych Gminy wykorzystywano zaplanowane wcześniej imprezy okolicznościowe i kulturalne (Dni Łagowa i Honorowego Krwiodawstwa, Sylwester pod Gwiazdami), artykuły, głównie w prasie lokalnej, produkcję *newsów* dla lokalnego portalu telewizyjnego, zakup pucharów i statuetek sportowych. Objęte analizą wydatki ujmowano w rozdziale 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*.

Przeprowadzone na próbie ośmiu wydatków badanie prawidłowości wydatkowania środków publicznych na działania promocyjne wykazało, że wydatki zostały poniesione w sposób celowy i oszczędny, z zachowaniem m.in. zasady uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów, tj. zgodnie z art. 44 ust. 3 pkt 1 i art. 254 pkt 3 i 4 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych⁵.

Monitorowanie prowadzonych przez Urząd działań promocyjnych odbywało się w oparciu o roczne sprawozdania z realizacji planów promocji. W kontrolowanym okresie w Urzędzie nie dokonywano rzetelnych analiz efektów działań promocyjnych przy wykorzystaniu wskaźników odnoszących się do tych działań. Urząd nie

³ Najwyższa Izba Kontroli formułuje ocenę ogólną jako ocenę pozytywną, ocenę negatywną albo ocenę w formie opisowej.

⁴ Dz. U. z 2014 r. poz. 1053, ze zm.

⁵ Dz. U. z 2017 r. poz. 2077, ze zm.

dysponował danymi, za wyjątkiem pojedynczych statystyk, dotyczących efektów podejmowanych działań promocyjnych.

W konsekwencji Urząd nie dysponował odpowiednią informacją czy, a jeśli tak, to w jakim stopniu działania te wpłynęły na poprawę atrakcyjności Gminy

III. Opis ustalonego stanu faktycznego oraz oceny cząstkowej⁶ kontrolowanej działalności

OBSZAR

Opis stanu faktycznego

1. Planowanie i organizacja działań promocyjnych

Zgodnie z zarządzeniem Burmistrza⁷, od 2 stycznia 2018 r. zadania z zakresu promocji Gminy zostały powierzone Referatowi Inwestycji i Zamówień Publicznych. Kierownik Referatu był odpowiedzialny za *planowanie w budżecie gminy środków na finansowanie inwestycji oraz działań promujących gminę*. W ramach tego Referatu utworzono stanowisko pracy do spraw promocji Gminy, a do osoby pracującej na tym stanowisku z obszaru promocji należało m.in.:

- *redagowanie artykułów prasowych do „Naszej Gazety Łagowskiej”;*
- *redagowanie aktualności serwisu internetowego Urzędu Miasta i Gminy;*
- *redagowanie Biuletynu Informacji Publicznej;*
- *współpraca z mediami lokalnymi regionalnymi;*
- *podejmowanie czynności służących promocji gminy Łagów;*
- *realizacja zadań gminy wynikających z ustawy o usługach turystycznych;*
- *współdziałanie w rozwoju kultury fizycznej ze stowarzyszeniami kultury fizycznej oraz udzielanie im pomocy w realizacji zadań;*
- *organizacja gminnych uroczystości i imprez kulturalnych;*
- *zlecanie i powierzanie do realizacji zadań publicznych w trybie przepisów ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.*

(akta kontroli str. 9-13)

Do 2 stycznia 2018 r. na podstawie zarządzenia Wójta Gminy Łagów⁸, zadania z zakresu promocji Gminy przyporządkowane zostały do dwóch samodzielnych stanowisk (dwa etaty) pracy do spraw promocji gminy. Dla każdego z nich obowiązywały odrębne zakresy obowiązków.

Do zadań „pierwszego” stanowiska w zakresie promocji należało m.in. :

- *współpraca z organizacjami pozarządowymi, szkołami, urzędami administracji publicznej i innymi instytucjami oraz środowiskami społecznymi przy wypełnianiu zadań w zakresie promocji gminy;*
- *promowanie gminy poprzez inicjowanie wydawnictw reklamowych, artykułów prasowych, tworzenie stron internetowych, udział w targach itp.;*
- *organizacja gminnych uroczystości i imprez kulturalnych;*
- *zlecanie i powierzanie do realizacji zadań publicznych w trybie przepisów ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.*

Do zadań „drugiego” stanowiska w obszarze promocji gminy należało m.in.:

- *redagowanie artykułów prasowych do „Naszej Gazety Łagowskiej”;*
- *redagowanie aktualności serwisu internetowego Urzędu Gminy;*
- *redagowanie Biuletynu Informacji Publicznej;*
- *współpraca z mediami lokalnymi i regionalnymi;*

⁶ Oceny cząstkowe to oceny działalności w poszczególnych obszarach badań kontrolnych. Ocena cząstkowa może być sformułowana jako ocena pozytywna, ocena negatywna albo ocena w formie opisowej.

⁷ Zarządzenie nr 7/18 Burmistrza Miasta i Gminy Łagów z dnia 2 stycznia 2018 r. w sprawie nadania regulaminu organizacyjnego dla Urzędu Miasta i Gminy w Łagowie

⁸ Zarządzenie nr 47/11 Wójta Gminy Łagów z dnia 31 maja 2011 r. w sprawie nadania regulaminu organizacyjnego dla Urzędu Gminy w Łagowie

- *podejmowanie czynności służących promocji gminy Łagów;*
- *realizacja zadań gminy wynikających z ustawy o usługach turystycznych;*
- *współdziałanie w rozwoju kultury fizycznej ze stowarzyszeniami kultury fizycznej oraz udzielanie im pomocy w realizacji zadań;*
- *organizacja gminnych uroczystości i imprez kulturalnych*

(akta kontroli str. 14-17)

W toku kontroli stwierdzono, że problematyką promocji zajmowała się w gminie jedna osoba, mimo określenia w ww. regulaminie zakresu obowiązków dla dwóch stanowisk ds. promocji. Udzielając wyjaśnień Burmistrz poinformował, że *w kontrolowanym okresie promocją zajmowała się Pani Anna Kędziora, a od 2016 r. została zmniejszona liczba etatów na stanowisku do spraw promocji gminy do 1 etatu⁹.*

(akta kontroli str. 369-370)

W lipcu 2015 r. przyjęto Strategię Rozwoju Gminy Łagów na lata 2015-2024¹⁰. W Strategii zapisano, że głównym zadaniem, jakie stoi przed władzami samorządowymi, jest *ukształtowanie takiego wizerunku gminy, który będzie atrakcyjny dla rozwoju gospodarczego, miejsca zamieszkania, spędzania czasu wolnego oraz rozwoju turystyki i rekreacji. Wpłynie to na większą integrację mieszkańców z miejscem zamieszkania i budowę społeczeństwa obywatelskiego.* W dokumencie tym określono *Wizję 2024, Misję* oraz dwa cele główne *Turystyczna Gmina Łagów* oraz *Gmina Łagów z klimatem przedsiębiorczości*, dla których ustalone zostały cele strategiczne, a następnie działania priorytetowe. *Wizja 2024* została sformułowana w sposób następujący: *Aktywni i przedsiębiorczy mieszkańcy oraz prężnie funkcjonująca strefa inwestycyjna atrybutem turystycznej Gminy Łagów. Za Misję uznano: Zrównoważone wykorzystanie zasobów dziedzictwa kulturowego i naturalnego oraz potencjału inwestycyjnego Gminy Łagów podnosi jakość życia mieszkańców.*

Cel operacyjny nr 1: *Turystyczna Gmina Łagów*, został podzielony na dwa cele szczegółowe:

- *Dziedzictwo kulturowe i naturalne atrakcją Gór Świętokrzyskich;*
- *Garncarstwo regionalnym produktem turystycznym.*

W ramach ww. celów szczegółowych przewidziano następujące działania priorytetowe:

- *Powstanie edukacyjnej ścieżki rowerowej wraz z infrastrukturą towarzyszącą;*
- *Ograniczenie niskiej emisji oraz innych zanieczyszczeń do środowiska naturalnego;*
- *Integracja i aktywizacja społeczności lokalnej wokół dziedzictwa Gór Świętokrzyskich;*
- *Powstanie infrastruktury bazującej na tradycji garncarstwa;*
- *Organizacja przemysłu turystycznego wykorzystującego zasoby i właściwości gliny kaolin.*

Promocji Gminy mogły służyć m.in. następujące zadania przewidziane do realizacji:

- w ramach działania priorytetowego *Integracja i aktywizacja społeczności lokalnej wokół dziedzictwa Gór Świętokrzyskich*:
 - *Popularyzacja wiedzy i umiejętności dotyczących produktów lokalnych i regionalnych oraz związanych z tradycją i dziedzictwem kulturowym – realizacja w latach 2015-2024;*

⁹ Zarządzenie nr 96/16 Wójta Gminy Łagów z dnia 21 grudnia 2016 r.

¹⁰ Uchwała nr XI/85/15 Rady Gminy Łagów z dnia 22 lipca 2015 r. w sprawie przyjęcia Strategii Rozwoju Gminy Łagów na lata 2015-2024.

- *Organizacja międzypokoleniowych warsztatów edukacyjnych – realizacja w latach 2015- 2024;*
- *Wspieranie organizacji działających na rzecz integracji i aktywizacji społeczności lokalnej wokół dziedzictwa Gór Świętokrzyskich – realizacja w latach 2015-2024;*
- *Budowanie oferty turystycznej spójnej z wizerunkiem Gór Świętokrzyskich – realizacja w latach 2015-2024.*
- w ramach działania priorytetowego *Powstanie infrastruktury bazującej na tradycji garncarstwa:*
 - *Organizacja wydarzeń nawiązujących do tradycji garncarstwa – realizacja w latach 2015-2024;*
 - *Stworzenie systemu edukacyjno-informacyjnego oraz infrastruktury publicznej nawiązującej do walorów geologicznych regionu – realizacja w latach 2015-2024;*
 - *Budowa produktu turystycznego wykorzystującego potencjał miejscowości Sędek – realizacja w latach 2015-2024.*
- w ramach działania priorytetowego *Organizacja przemysłu turystycznego wykorzystującego zasoby i właściwości gliny kaolin:*
 - *Wspieranie innowacyjnych metod wykorzystania zasobów naturalnych w zakresie usług prozdrowotnych – realizacja w latach 2015-2024;*
 - *Inicjowanie i wspieranie współpracy branży turystycznej i okołoturystycznej – realizacja w latach 2015-2024;*
 - *Organizacja i uczestnictwo przedstawicieli regionu w wydarzeniach krajowych i zagranicznych – realizacja w latach 2015-2024.*

Cel operacyjny nr 2 *Gmina Łagów z klimatem przedsiębiorczości* zawierał dwa cele szczegółowe:

- *Zwiększenie nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw;*
- *Wzrost przedsiębiorczości i aktywności mieszkańców.*

W ramach celu szczegółowego *Zwiększenie nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw* przewidziano działanie priorytetowe *Tworzenie klimatu do inwestowania* w ramach, którego zaplanowano m.in. następujące zadania, które mogły wiązać się z promocją:

- *Organizacja spotkań przedsiębiorców, samorządu i organizacji pozarządowych;*
- *Zaangażowanie kopalń działających na terenie gminy do działań na rzecz jej rozwoju.*

Założono, że ww. zadania będą finansowane z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego i środków własnych.

W pkt III. 2 Strategii zawarte zostały wskaźniki jej realizacji, zapisano w nim m.in., że *w celu skutecznej ewaluacji Strategii niezbędne są dane umożliwiające przeprowadzenie oceny, m.in. porównania stanu przed i po realizacji Strategii.* Wskazano wskaźniki porównujące sytuację w gminie Łagów ze średnią dla województwa oraz dla Polski¹¹, m.in. liczba mieszkańców Gminy, liczba podmiotów gospodarczych działających na jej terenie. Dodano, że wybrano te wartości, które da się wyrazić liczbowo.

W tabeli wskazane zostały, dla większości wskaźników (za wyjątkiem liczby ludności ogółem, udział ludności wg ekonomicznych grup wieku w % ludności ogółem w wieku przedprodukcyjnym i wieku poprodukcyjnym) wartości pożądane na koniec roku 2023.

(akta kontroli str. 18-33, 553-558)

¹¹ Dane dla 2008 i 2013 r.

Do lipca 2015 r. obowiązywała Strategia Zrównoważonego Rozwoju¹². Cele określone w ww. strategii nie odnosiły się do działań promocyjnych Gminy.

(akta kontroli str. 326-347)

Program Rewitalizacji dla Gminy Łagów na lata 2016-2023¹³ określał osiem celów szczegółowych rewitalizacji w tym m.in. *Rozwój turystyki, rekreacji i kultury poprzez szereg zintegrowanych inwestycji w infrastrukturę, działania marketingowe, w zakresie poprawy estetyki przestrzeni publicznej oraz organizację różnego rodzaju imprez. Zaplanowane w ramach ww. Programu kierunki działań nie dotyczyły bezpośrednio promocji Gminy.*

W Urzędzie, co roku opracowywano plany promocji gminy. Ich celem strategicznym było *zapewnienie rozwoju gminy przy wykorzystaniu miejscowego potencjału i szans tkwiących w otoczeniu oraz tworzenie wizerunku gminy atrakcyjnej, otwartej, przyjaznej dla jej mieszkańców, turystów oraz gości.*

Działania promocyjne zakładały *ściłą, partnerską współpracę wszystkich podmiotów o charakterze kulturalno-oświatowym oraz rekreacyjno-sportowym, działających na terenie gminy Łagów a także stały kontakt z mediami (...).* Podkreślono, że *skuteczna promocja (...) musi stanowić spójny i prowadzony systematycznie system (...) działań informacyjnych, szkoleniowych (...), kulturalnych i artystycznych i współpracę z partnerami społecznymi.*

Założono, że *aktualna, rzetelna, łatwo dostępna informacja przekazywana przez urząd gminy oraz jednostki organizacyjne i pomocnicze jest najważniejszym źródłem promocji.* Do tego celu posłużyć mają *narzędzia promocyjne: strona internetowa urzędu gminy, strona internetowa Biuletynu Informacji Publicznej, lokalna prasa: miesięcznik „Nasza Gazeta Łagowska”, powiadomienia SMS.*

Plany promocji zakładały dystrybucję informacji poprzez:

- zamieszczanie informacji (artykułów, zdjęć, plakatów) na stronach internetowych;
- wywiady, ogłoszenia, informacje w mediach (w „Naszej Gazecie Łagowskiej”);
- dystrybucję materiałów promocyjnych podczas szkoleń, spotkań sołeckich;
- kontakt osobisty lub telefoniczny z zainteresowanymi;
- wydawanie własnych materiałów (plakatów, gadżetów) wykorzystywanych podczas imprez plenerowych oraz szkoleniowych (...), foldery promujące gminę.

W planach promocji zapisano również działania szkoleniowe, działania mające na celu pozyskiwanie inwestorów i promowanie lokalnej przedsiębiorczości, działania kulturalne i turystyczne oraz wyszukiwanie i nawiązywanie współpracy z partnerami społecznymi i organizacjami pozarządowymi.

W planach założono, że monitoring działań promocyjnych polegać będzie na systematycznej obserwacji wdrażania działań promocyjnych pod kątem ich skuteczności i planowanych ewentualnych zmian, udogodnień i modyfikacji.

Na zakończenie każdego roku zespół w składzie: Wójt Gminy, zastępca Wójta, skarbnik, inspektor ds. promocji oraz ewentualnie pracownicy innych referatów analizowali działania promocyjne z danego roku i wypracowywali wspólne stanowisko zatwierdzone przez Wójta, co do opracowania planu promocji na kolejny rok.

Każdy z planów promocji zawierał proponowany program na dany rok zawierający nazwę działań promocyjnych, termin realizacji, uwagi organizacyjne i szacunkowy koszt działania promocyjnego.

¹² Uchwała Nr XVII/132/04 z dnia 27 kwietnia 2004 r. w sprawie aktualizacji Strategii Rozwoju Gminy Łagów.

¹³ Uchwała Nr XI/86/15 Rady Gminy Łagów z dnia 22 lipca 2015 r. w sprawie przyjęcia Lokalnego Programu Rewitalizacji Gminy Łagów na lata 2015-2024.

Część działań promocyjnych pokrywała się w każdym roku a część była zmieniana w zależności od oceny ww. zespołu.

W planach i w Strategiach Rozwoju Gminy Łagów nie określono wskaźników umożliwiających monitorowanie działań promocyjnych.

(akta kontroli str. 18-33, 52-56, 62-66, 72-76, 82-86, 326-347, 553-558)

W latach objętych kontrolą Urząd pierwotnie zaplanował środki finansowe na prowadzenie działalności promocyjnej (rozdział 75075) odpowiednio w wysokości: w 2014 r. – 94 286 zł, w 2015 r. – 98 325 zł, w 2016 r. – 169 825 zł, w 2017 r. – 256 825 zł i w 2018 r. – 236 942 zł.

W ciągu roku budżetowego, w wyniku zmian w budżecie, zaplanowane środki na ww. działalność wzrosły o: 42,3% (134 176,80 zł) w 2014 r., 113,2% (209 615 zł) w 2015 r., 70,6% (289 727,39 zł) w 2016 r., 22,6% (314 823 zł) w 2017 r. i 72,7% (409 116 tys. zł) w 2018 r. W latach tych relacja sumy wydatków poniesionych na działania promocyjne do zaplanowanej w ostatecznie zmienionym planie finansowym wyniosła odpowiednio: 84,65% w 2014 r., 87,70% w 2015 r., 87,98% w 2016 r., 89,82% w 2017 r. i 90,44% w 2018 r.

(akta kontroli str. 92-124)

Małgorzata Sitarz Skarbnik Gminy wyjaśniła, że wzrost środków na promocję w ciągu roku w stosunku do uchwały budżetowej wynikał z *planowania tych środków na poziomie minimalnym, a wzrost w ciągu roku wynikał z wniosków pracowników merytorycznych, odpowiedzialnych za realizację tych zadań oraz wprowadzeniem nowych zadań do budżetu (...).*

(akta kontroli str. 326)

Wydatki na promocję były planowane wyłącznie w rozdziale 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*, a środki finansowe na ten cel wydatkowane były tylko przez Urząd.

(akta kontroli str. 125-199)

Stwierdzone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie stwierdzono nieprawidłowość dotyczącą nieokreślenia wskaźników monitorowania prowadzonych działań promocyjnych w sposób pozwalający na dokonanie oceny ich efektywności.

Burmistrz wyjaśnił, że Urząd monitorował efekty działań promocyjnych w następujący sposób:

- *na podstawie dokumentacji zdjęciowej obserwowano frekwencje uczestników na imprezach promocyjnych (...)* z których jednoznacznie wynikało, że corocznie zwiększa się liczba uczestników (...);
- *monitorowano wskaźnik odwiedzin (wizyt) na stronie internetowej www.lagowgmina.pl* (na podstawie wydruków statystyk zaobserwowano wzrost liczby wizyt z 13 tys. w 2016 r. do 243 tys. w 2018 r.);
- *na zakończenie działań promocyjnych, w każdym roku organizowano spotkanie podsumowujące działania mające na celu wspólne wypracowanie jak najlepszych rozwiązań co do działań promocyjnych na kolejny rok;*
- *zbierano opinie i uwagi mieszkańców na podstawie których wprowadzano zmiany w planach promocji na dany rok czego przykładem jest np. rezygnacja z odbywającego się w 2016, 2017 i 2018 r. festiwalu Zielaństwa, który już w 2019 r. nie odbędzie się (...);*
- *wzrost liczby artykułów prasowych o wydarzeniach realizowanych przez Urząd w prasie regionalnej. Np. Echo Kieleckie opublikowało w 2017 r. 12 artykułów a w 2018 r. – 23 artykuły;*
- *na podstawie zgłaszanych uwag mieszkańców gminy zwiększono liczbę egzemplarzy miesięcznika „Nasza Gazeta Łagowska” z 500 do 1500 szt.*

(akta kontroli str. 560-563)

NIK nie kwestionuje, że Urząd monitorował podejmowane działania promocyjne w sposób wskazany w wyjaśnieniach. Jednak sposób monitorowania tych działań w sytuacji nieokreślenia w Strategii, jak i w rocznych planach wskaźników odnoszących się do działań promocyjnych, nie pozwala na ustalenie w jakim stopniu realizowane działania służyły skutecznej i efektywnej promocji Gminy.

OCENA CZĄSTKOWA

W Urzędzie nie opracowano odrębnego dokumentu o charakterze strategicznym w obszarze promocji.

Przyjęty w Urzędzie sposób postępowania w tym zakresie, tj. analizowanie potrzeb i planowanie działań promocyjnych na podstawie sugestii, spostrzeżeń i wniosków członków zespołu oceniającego roczne plany promocji, w tym także zgłaszanych przez mieszkańców, radnych itd., mógł powodować, że realizowane działania promocyjne miały charakter doraźny oraz nie w pełni służyły skutecznej i efektywnej promocji Gminy.

W Strategii zawarto ogólnie sformułowane cele, kierunki i działania w obszarze promocji, natomiast nie określono wskaźników stopnia ich osiągnięcia.

Środki na promocję zostały zaplanowane zgodnie z przepisami rozporządzenia w sprawie klasyfikacji w rozdziale 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*.

OBSZAR

2. Charakter działań promocyjnych, ich realizacja i wysokość wydatków ponoszonych na promocję

Opis stanu faktycznego

W latach objętych kontrolą z rozdziału 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego* wydatkowano: w 2014 r. – 113 575,24 zł, 2015 r. – 183 838,09 zł, 2016 r. – 254 897,63 zł. 2017 r. – 282 773,77 zł. 2018 r. – 370 001,20 zł.

Udział ww. wydatków w wydatkach budżetowych w każdym roku wzrastał i wynosił: w 2014 r. – 0,35% wszystkich wydatków Urzędu, w 2015 r. – 0,58%, w 2016 r. – 0,79%, w 2017 r. – 0,82%, w 2018 r. – 0,94%.

(akta kontroli str. 92-124)

W kontrolowanym okresie Urząd prowadził głównie działania ukierunkowane na promocję warunków turystycznych Gminy¹⁴.

(akta kontroli str. 200)

Urząd systematycznie prowadził promocję w internecie poprzez zamieszczanie na stronie www.lagowgmina.pl artykułów o wydarzeniach na terenie Gminy, informacji o imprezach promocyjnych, a także materiałów fotograficznych dokumentujących te wydarzenia. Powyższe informacje i materiały zamieszczano także na portalu społecznościowym *Wrota Świętokrzyskie* i internetowej stronie Telewizji Świętokrzyskiej. Urząd posiada również profil na portalu społecznościowym *Facebook*.

(akta kontroli str. 201-224)

Badaniami objęto 20 działań/zadań promocyjnych Urzędu o łącznej wartości 66 969,06 zł realizowanych w latach 2014-2018.

W ramach realizacji zadań dotyczących promocji Gminy poniesiono m.in. następujące wydatki:

- w 2014 r.:
 - zakup statuetek sportowych na I Otwarty Turniej Tenisa Ziemnego – 223,61 zł,
 - ochrona fizyczna „Sylwester pod Gwiazdami” -7000 zł,

¹⁴ Na podstawie zestawienia opracowanego na potrzeby kontroli NIK.

- występ zespołu „The Cover” na „Sylwestrze pod Gwiazdami” – 6800 zł,
- zamieszczenie artykułu w „Echu Dnia” (dodatek „Echo Kieleckie”) – 270 zł;
- w 2015 r.:
 - zamieszczenie artykułu w dodatku w „Echu Dnia” (dodatek „Echo Kieleckie”) – 270 zł,
 - dostawa egzemplarzy Tygodnik eM Kielce – 492 zł,
 - koncert Shazzy i DJ „Dekar” na XVII Dniach Łagowa i Honorowego Krwiodawstwa w dniu 14 czerwca 2015 r. – 19 680 zł,
 - oprawa muzyczna „Sylwester pod Gwiazdami” – 4500 zł;
- w 2016 r.:
 - zakup pucharów i statuetek sportowych na II Otwarty Piłkarski o Puchar Przewodniczącego Rady Gminy – 186 zł,
 - promocja Gminy w czasopiśmie „Sportowe wieści” – 1000 zł,
 - realizacja przez telewizję kampanii informacyjnej, poprzez produkcję *newsów* telewizyjnych dotyczących funkcjonowania Gminy, a następnie ich emisja na Portalu www.tvswietokrzyska.pl – 369 zł.
 - realizację umowy z „Echo Dnia” – 270 zł
 - artykuł sponsorowany i dostawa egzemplarzy Tygodnik eM Kielce – 1107 zł;
- w 2017 r.:
 - produkcja i emisja radiowego spotu reklamowego dot. Dni Łagowa i Festiwalu Zielaństwa – 1200 zł,
 - reklama prasowa „Mała Ojczyzna” w Tygodniku „Echo Kieleckie” – 1230 zł.
- w 2018 r.:
 - realizacja dla Gminy kampanii informacyjnej, poprzez produkcję *newsów* telewizyjnych dotyczących funkcjonowania Gminy i ich emisja na portalu www.tvswietokrzyska.pl – 1000 zł,
 - zakup pucharów i statuetek dla zwycięzców XII edycji turnieju Halowego Piątek o Puchar Burmistrza – 264,45 zł,
 - zamieszczenie materiałów promocyjnych w Magazynie Gospodarczym Fakty 1/2018 – 1107 zł,
 - umowa koncertowa na występ artystyczny – 20 000 zł.

(akta kontroli str.436-471, 532-552)

Wysokość poszczególnych wydatków poniesionych przez Urząd na działania promocyjne w kontrolowanym okresie nie przekraczała wyrażonej w złotych równowartości kwoty 30 000 euro¹⁵ i w związku z tym nie było obowiązku stosowania przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych¹⁶.

W obowiązującym w kontrolowanym okresie regulaminie udzielania zamówień publicznych o wartości nieprzekraczającej kwoty wskazanej w art. 4 pkt 8 ustawy Prawo zamówień publicznych¹⁷, zapisano, że postanowień regulaminu *nie stosuje się do zamówień na dostawy, usługi i roboty budowlane, których jednostkowa wartość nie przekracza 1.000 zł, a ogólna wartość w ciągu roku budżetowego na ten*

¹⁵ 14 000 euro do 15 kwietnia 2014 r.

¹⁶ Dz. U. z 2018 r. poz. 1986, ze zm.

¹⁷ Regulaminy wprowadzono zarządzeniem nr 64/17 Wójta Gminy Łagów z dnia 13 września 2017 r. w sprawie zmiany Zarządzenia nr 27/2014 Łagów z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie wprowadzenia Regulaminu określającego zasady udzielenia w Urzędzie Gminy w Łagowie zamówień, których wartość nie przekracza wyrażonych w złotych równowartości 30.000 euro, zmienionego Zarządzeniem nr 23/17 Wójta Gminy Łagów z dnia 6 kwietnia 2017 r.

sam zakup nie przekracza 10.000 zł. W takim przypadku podstawą dokonania zakupu jest zgoda Zamawiającego.

Ponadto zapisano, że jeżeli wartość zamówienia w rozumieniu przepisów art. 2 pkt 1 oraz art. 32-34 ww. ustawy nie przekracza równowartości kwoty 8.000 zł bez podatku od towarów i usług, niniejszy regulamin nie ma zastosowania, a zamówienie może być udzielone po zbadaniu rynku w celu rzetelnego i racjonalnego wydatkowania środków publicznych i sporządzeniu uproszczonego protokołu stanowiącego załącznik nr 5 do regulaminu. Takie zamówienia mają być dokonywane z należytą starannością i udokumentowane w postaci rachunków i faktur odpowiednio opisanych i nie zwalniają Zamawiającego z udzielania zamówień w sposób celowy i oszczędny z zachowaniem zasady uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów.

(akta kontroli str.348-368)

Badanie prawidłowości wydatkowania środków na działania promocyjne przeprowadzono na próbie ośmiu wydatków dotyczących¹⁸:

- *Ochrony osób i mienia podczas plenerowej imprezy masowej pn. Dożynki powiatu Kieleckiego i Gminy Łagów w dniu 27 sierpnia 2017 r. wraz z opracowaniem planu ochrony.* Przed udzieleniem zamówienia wysłano do trzech podmiotów zapytania ofertowe. Po otrzymaniu formularzy ofertowych wybrano wykonawcę, który zaoferował wykonanie przedmiotu umowy za kwotę najniższą – 6800 zł netto. Wystawiona przez wykonawcę faktura została prawidłowo opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym, formalnym i rachunkowym a należność w kwocie 8036,82 zł (w tym 23% VAT) wypłacono wykonawcy w terminie zgodnym z umową.

(akta kontroli str.371-387)

- *Nagłośnienie i oświetlenie sceny oraz zapewnienie DJ na zabawę taneczną na III Ogólnopolski Festiwalu Zielarstwa i XX Dni Łagowa w dniach 7-8 lipca 2018 r.* Przed udzieleniem zamówienia dokonano telefonicznego oszacowania wartości przedmiotu zamówienia (6600 zł - 8000 zł) i wysłano zapytania ofertowe. Po otrzymaniu ofert wybrano wykonawcę, który zaproponował realizację przedmiotu umowy za kwotę najniższą – 6900 zł netto. Wystawiona przez wykonawcę faktura została prawidłowo opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym, formalnym i rachunkowym a należność w kwocie 6900 zł wypłacono wykonawcy w terminie zgodnym z umową

(akta kontroli str.388-406)

- *Techniczna obsługa festynu podczas XIX Dni Łagowa i II Festiwal Zielarstwa w dniu 2 lipca 2017 r.* Przed udzieleniem zamówienia dokonano telefonicznego oszacowania przedmiotu zamówienia (6500 zł - 7500 zł) precyzując, co oznacza *techniczna obsługa* (nagłośnienie, oświetlenie i występ zespołu disco polo) i wysłano zapytania ofertowe. Po otrzymaniu ofert wybrano wykonawcę, który zaoferował wykonanie przedmiotu umowy za kwotę najniższą – 6000 zł. Wystawiona przez wykonawcę faktura została prawidłowo opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym, formalnym i rachunkowym a należność w kwocie 6000 zł wypłacono wykonawcy w terminie zgodnym z umową.

(akta kontroli str.407-419)

- *Zapewnienie bezpieczeństwa podczas imprezy XX Dni Łagowa i Honorowego Krwiodawstwa – ochrona fizyczna, opieka medyczna, bariery zabezpieczające.* Wysłano zapytania ofertowe. Po uzyskaniu ofert wybrano

¹⁸ Doboru próby do badania dokonano w sposób celowy kierując się kryterium wysokości wydatków.

wykonawcę, który zaoferował realizację przedmiotu umowy za kwotę najniższą – 8074,95 zł brutto. Wystawiona przez wykonawcę faktura została prawidłowo opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym, formalnym i rachunkowym a należność w ww. kwocie wypłacono wykonawcy w terminie zgodnym z umową

(akta kontroli str.420-435)

- *Skład, łamanie, wydruk oraz dostawa miesięcznika „Nasza Gazeta Łagowska”*. Szacunkowa wartość zamówienia została ustalona na podstawie umowy zawartej rok wcześniej. Wysłano zapytania ofertowe. Po uzyskaniu dwóch ofert, wybrano ofertę z najniższą ceną – 1884 zł brutto za jedno wydanie. Zamówienie obejmowało 12 wydań w 2018 r., format A4, objętość 8 stron i nakład 1500 egzemplarzy. Zgodnie z umową, wykonawca otrzymywał ww. kwotę w terminie 7 dni od daty dostarczenia faktury.

(akta kontroli str.482-497)

- *Nagłośnienie i oświetlenie sceny podczas festynu „X Piotrowska Majówka”* w dniu 20 maja 2018 r. Telefonicznie dokonano oszacowania kosztów zamówienia. Wysłano zapytania ofertowe. Wpłynęła jedna oferta z ceną 2400 zł. Wystawiona przez wykonawcę faktura została prawidłowo opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym, formalnym i rachunkowym a należność w ww. kwocie wypłacono wykonawcy w terminie zgodnym z umową;

(akta kontroli str.498-508)

- *Zapewnienie ochrony fizycznej i opieki medycznej podczas festynu „X Piotrowska Majówka”* w dniu 20 maja 2018 r. Wysłano zapytania ofertowe. Wpłynęły dwie oferty Wybrano ofertę z najniższą ceną – 3739,20 zł. Wystawiona przez wykonawcę faktura została prawidłowo opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym, formalnym i rachunkowym a należność w ww. kwocie wypłacono wykonawcy w terminie zgodnym z umową;

(akta kontroli str.509-524)

- *Wynajem boksów dla koni na IV Wojewódzką Wystawę – Kwalifikacja Ogierów Rasy Zimnokrwistej* zawarto umowę z wykonawcą bez oszacowania kosztów zamówienia. Nie wysłano również żadnych zapytań ofertowych. Wystawiona przez wykonawcę faktura została prawidłowo opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym, formalnym i rachunkowym a należność w kwocie 6642 zł wypłacono wykonawcy w terminie zgodnym z umową.

(akta kontroli str.525-528)

Dokumentacja siedmiu ww. zamówień zawierała zapytania ofertowe i formularze oferty projekty umów, korespondencję mailową, informacje o wyborze najkorzystniejszej oferty, umowy i inne dokumenty, potwierdzające dokonanie wydatku w sposób oszczędny, z zachowaniem zasad uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów, optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów oraz zlecenia zadań na zasadzie wyboru najkorzystniejszej oferty, tj. zgodnie z art. 44 ust. 3 pkt 1 i art. 254 pkt 3 i 4 ustawy o finansach publicznych.

Odnosnie zamówienia dotyczącego usługi wynajmu boksów dla koni, udzielonego bez oszacowania jego kosztów i bez wysłania zapytań ofertowych, Burmistrz wyjaśnił: *do tej usługi zastosowano § 2 ust. 8 Regulaminu (...) mówiącego, że w szczególnych i uzasadnionych przypadkach (...) Burmistrz może podjąć decyzję o odstąpieniu od stosowania przepisów regulaminu i zlecić realizację zamówienia z góry określonego Wykonawcy. W tym przypadku była to firma (...) której zlecono*

wynajem 36 szt. boksów dla koni (...) co było podyktowane zaleceniami Okręgowego Związku Hodowców Koni związanymi z bezpieczeństwem zwierząt.

(akta kontroli str.529)

W okresie objętym kontrolą nie zaewidencjonowano wydatków dotyczących wyjazdów służbowych związanych z promocją w rozdziale klasyfikacji budżetowej 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*. Jak poinformowała Skarbnik Gminy, w latach 2014-2018 nie były finansowane ze środków na promocję wydatki na wyjazdy służbowe krajowe i zagraniczne.

(akta kontroli str.530)

Kontrolowana jednostka nie udzielała żadnych dotacji na realizację zadań promocyjnych.

(akta kontroli str.531)

W zakresie wydatków ponoszonych na promocję Gminy w latach 2014-2018 nie był odliczany podatek VAT.

(akta kontroli str.559)

Analiza zapisów na kontach analitycznych w układzie rodzajowym wydatków kontrolowanej jednostki, w 2014 i 2018 r. dla rozdziałów 63003 zadania w zakresie upowszechniania turystyki (dział 630 – Turystyka) oraz 92605 Zadania w zakresie kultury fizycznej (Dział 926 – Kultura fizyczna) wykazała, że w rozdziałach tych nie klasyfikowano wydatków na promocję.

(akta kontroli str.325)

Stwierdzone
nieprawidłowości

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

OCENA CZĄSTKOWA

Dla działań promocyjnych Gminy wykorzystywano m.in. imprezy okolicznościowe, kulturalne i sportowe, publikację artykułów prasowych, audycje na portalu lokalnej telewizji internetowej. Wszystkie objęte analizą wydatki ujmowano w rozdziale klasyfikacji budżetowej 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*.

Prawidłowo prowadzono dokumentację objętych szczegółowym badaniem ośmiu zamówień publicznych, dotyczących wydatków na promocję Gminy, co pozwala stwierdzić, że wydatki te dokonane zostały zgodnie z art. 44 ust. 3 pkt 1 i art. 254 pkt 3 i 4 ustawy o finansach publicznych.

OBSZAR

3. Monitorowanie efektów prowadzonych działań promocyjnych i ich ewaluacja

Opis stanu
faktycznego

Założenia dotyczące ewaluacji i monitoringu Strategii na lata 2015–2024 zakładały m.in., że monitoring będzie miał na celu gromadzenie oraz analizę danych na temat przebiegu realizacji danego programu i pozwoli na ujawnienie ewentualnych nieprawidłowości w jego realizacji i wprowadzanie niezbędnych korekt, umożliwiających osiągnięcie wcześniejszych założeń. Ewaluacja natomiast będzie miała za zadanie sprawdzenie, czy w wyniku podejmowanych działań powstały spodziewane rezultaty oraz czy przełożyły się one na realizację wyznaczonych celów¹⁹.

Ewaluacja działań zawartych w Strategii na lata 2015–2024 została w dokumencie podzielona na następujące części:

- *ex-ante* (przed realizacją Strategii) – stanowiąca instrument ułatwiający podejmowanie spójnych decyzji; ocena ta została przeprowadzona przed opracowaniem Strategii;

¹⁹ Zawarte w pkt III.1. Ewaluacja i monitoring Strategii.

- *on-going* (na bieżąco) – instrument obserwacji prowadzonej przez zespół strategiczny, który będzie przygotowywał sprawozdanie z realizacji Strategii, w co najmniej dwuletnich okresach.
- *mid-term* (w połowie okresu realizacji) – służąca przede wszystkim jako instrument, w wyniku którego nastąpi aktualizacja Strategii;
- *ex-post* (na zakończenie Strategii) – służąca ocenie zgodności i efektywności zrealizowanych działań w ramach Strategii z założeniami i celami przyjętymi w dokumencie.

Za wdrożenie Strategii, według założeń, odpowiedzialny był Wójt (Burmistrz), natomiast za prowadzenie monitorowania i ewaluacji zespół strategiczny powołany przez Wójta na etapie opracowania Strategii. Zespół składa się z 32 członków będących pracownikami Urzędu. Założono, że zespół strategiczny będzie się zbierał co najmniej raz na dwa lata, a do jego zadań należeć będzie m.in.:

- przedstawienie wniosków z realizacji poszczególnych celów priorytetowych;
- monitorowanie oraz ocena wdrażania poszczególnych działań;
- sformułowanie wniosków i zaleceń odnośnie wprowadzenia usprawnień w kwestii wdrażania Strategii;
- opracowanie sprawozdań z posiedzeń.

System monitorowania efektów prowadzonych działań odbywał się w oparciu o roczne sprawozdania z realizacji planów promocji. W kontrolowanym okresie sporządzono pięć takich sprawozdań – po jednym za każdy rok. Żadne ze sprawozdań nie zawierało, za wyjątkiem opinii członków zespołu oceniającego i pojedynczych statystyk, danych monitorujących stopień realizacji działań promocyjnych.

(akta kontroli str. 53, 71-73)

W planach promocji założono, że monitoring działań promocyjnych polegać będzie na systematycznej obserwacji wdrażania działań promocyjnych pod kątem ich skuteczności i planowanych ewentualnych zmian, udogodnień i modyfikacji.

Opracowane corocznie w okresie objętym kontrolą plany promocji zawierały protokół ze spotkania dotyczącego monitoringu działań promocyjnych w danym roku.

W protokole z 14 grudnia 2015 dotyczącym działań promocyjnych w 2015 r.²⁰ zapisano m.in., że:

- należy utworzyć konto na portalu społecznościowym *Facebook*, służące powielaniu informacji zamieszczanych na stronie www.lagowgmina.pl w celu dotarcia do jeszcze większej liczby odbiorców;
- należy nawiązać współpracę z telewizją internetową Telewizja Świętokrzyska w celu realizacji przez nią materiału promocyjnego o samorządzie gminnym i realizowanych przedsięwzięciach.

Ww. nowe zadania zostały zamieszczone w planie promocji na 2016 r.²¹

W protokole z 19 grudnia 2016 r. ze spotkania dot. monitoringu działań promocyjnych w gminie zapisano, aby nawiązać współpracę ze Świętokrzyskim Stowarzyszeniem Wspierania Małych Producentów Żywności „Eko Bazar” w celu organizacji I Ogólnopolskiego Festiwalu Zielaństwa. Wójt zgłosił wniosek, aby w 2017 r. zorganizować dwudniową imprezę, gdzie w pierwszy dzień odbędzie się Festiwal Zielaństwa a w drugim Dni Łagowa. Poinformował również, że w 2017 r. Gmina będzie gospodarzem Dożynek Powiatu Kieleckiego.

Ww. zadania zostały zamieszczone w planie promocji na 2017 r.²²

²⁰ Zarządzenie Nr 141/14 Wójta Gminy Łagów z dnia 31 grudnia 2014 r. w sprawie opracowania planu promocji w 2015 r.

²¹ Zarządzenie Nr 112/15 Wójta Gminy Łagów z dnia 31 grudnia 2015 w sprawie opracowania Planu Promocji Gminy Łagów za 2016 r.

²² Zarządzenie Nr 104/16 Wójta Gminy Łagów z dnia 30 grudnia 2016 r. w sprawie opracowania Planu Promocji Gminy Łagów na 2017 r.

W protokole z 12 grudnia 2017 r. ze spotkania dot. monitoringu działań promocyjnych w 2017 r. zapisano, że uroczystości związane z nadaniem praw miejskich odbędą się 7 stycznia 2018 r. Ponadto zgłoszono wniosek, aby w 2018 r. *Dni Łagowa i Honorowego Krwiodawstwa oraz III Ogólnopolski Festiwal Zielarstwa* odbyły się w lipcu, gdyż po ubiegłym roku zaobserwowano większą liczbę osób biorących udział w imprezach. Ustalono, że w pierwszym kwartale roku zostanie zorganizowana konferencja naukowa poświęcona odkryciom geologicznym w Płuckach. Nawiązana zostanie również współpraca z Zakładem Geologii Regionalnej i Naftowej Państwowego Instytutu Geologicznego. Inspektor ds. promocji zgłosił wniosek o zakup nowych gadżetów promocyjnych z napisem *Miasto i Gmina Łagów*. Podjęto decyzję o kontynuacji dotychczasowych działań promocyjnych i o dalszym, bieżącym monitorowaniu prowadzonych działań promocyjnych.

Ww. zadania przyjęto do planu promocji na 2018 r.²³

W protokole z 17 grudnia 2018 r. ze spotkania dot. monitoringu działań promocyjnych w 2018 r. zapisano, że podjęto decyzję, iż *największe i najważniejsze imprezy promocyjne jak Dni Łagowa i Honorowego Krwiodawstwa, Dożynki Gminne, Obchody Dnia Dziecka, Koncert Kolęd i Pastorałek, Forum Gospodyń Wiejskich, Uroczystości w Orłowinach, Gminne Obchody Święta Niepodległości, Sylwester pod Gwiazdami, organizowane będą we współpracy z Miejsko-Gminnym Ośrodkiem Kultury w Łagowie*.

Ponadto Burmistrz poinformował, że po uprzednich rozmowach ze współorganizatorami Festiwalu Zielarstwa, w 2019 r. *festiwal ten nie odbędzie się w Łagowie. Z tego też powodu XXI Dni Łagowa i Honorowego Krwiodawstwa będą imprezą jednodniową*. Opracowano również kalendarz imprez na 2019 r.

(akta kontroli str. 59-60, 69-70, 79-80, 90-91)

Stwierdzone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie stwierdzono nieprawidłowość, polegającą na niedokonywaniu rzetelnych analiz efektów działań promocyjnych, przy wykorzystaniu wskaźników odnoszących się do tych działań. W konsekwencji Urząd nie dysponował odpowiednią informacją czy, a jeśli tak, to w jakim stopniu działania te wpłynęły na poprawę atrakcyjności Gminy.

Burmistrz wyjaśnił: *takie analizy przeprowadzały przede wszystkim zespoły robocze, które spotykały się raz w roku (...) i na tych spotkaniach omawiano zrealizowane działania promocyjne w danym roku oraz przedstawiano ewentualne uwagi i wnioski co do tych działań jak i efektów, mające na celu jak najlepsze dostosowanie działań promocyjnych kierowanych do mieszkańców i turystów, co zostało zapisane w protokołach (...). Mając na uwadze (...) bardziej dokładną (...) analizę osiągania działań promocyjnych w najbliższym czasie zamierzamy opracować następujące wskaźniki pomiaru skuteczności i efektywności działań promocyjnych jak np.:*

- *monitorowanie licznika odwiedzin na stronie internetowej;*
- *monitorowanie statystyk z portalu społecznościowego Facebook (np. liczba polubieni postów, liczba udostępnień);*
- *liczba turystów odwiedzających (...) gminę Łagów (na podstawie osób, które korzystać będą z zapytań telefonicznych (...) dot. turystyki (...) oraz tych osób, które będą korzystać z Punktu Informacji Turystycznej (...));*
- *liczba imprez, wystaw, targów, konkursów zewnętrznych w których będzie brał udział urząd miasta i gminy;*
- *liczba artykułów prasowych zamieszczanych w prasie regionalnej i ogólnopolskiej;*

²³ Zarządzenie Nr 102/17 Wójta Gminy Łagów z dnia 29 grudnia 2017 w sprawie opracowania Planu Promocji Gminy Łagów na 2018 r.

- *monitorowanie liczby uczestników imprez na podstawie dokumentacji zdjęciowej.*

(akta kontroli str.564)

OCENA CZĄSTKOWA

Monitorowanie prowadzonych działań promocyjnych w Urzędzie odbywało się w oparciu o roczne sprawozdania z realizacji planów promocji. W kontrolowanym okresie w Urzędzie nie dokonywano rzetelnych analiz efektów działań promocyjnych przy wykorzystaniu wskaźników odnoszących się do tych działań. Urząd nie dysponował danymi, za wyjątkiem pojedynczych statystyk, dotyczącymi efektów podejmowanych działań promocyjnych.

W konsekwencji Urząd nie dysponował odpowiednią informacją czy, a jeśli tak, to w jakim stopniu działania te wpłynęły na poprawę atrakcyjności Gminy.

IV. Uwagi i wnioski

Wnioski W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami, Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 53 ust. 1 pkt 5 ustawy o NIK, przedstawia wniosek o określenie wskaźników monitorowania prowadzonych działań promocyjnych i dokonywanie przy ich wykorzystaniu analizy osiągniętych efektów tych działań.

Uwagi NIK nie formułuje uwag.

V. Pozostałe informacje i pouczenia

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

Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

Zgodnie z art. 54 ustawy o NIK kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do dyrektora Delegatury NIK w Kielcach. Prawo zgłaszania zastrzeżeń, zgodnie z art. 61b ust. 2 ustawy o NIK, nie przysługuje do wystąpienia pokontrolnego zmienionego zgodnie z treścią uchwały w sprawie zastrzeżeń.

Obowiązek
poinformowania
NIK o sposobie
wykonania wniosków

Zgodnie z art. 62 ustawy o NIK należy poinformować Najwyższą Izbę Kontroli, w terminie 21 od otrzymania wystąpienia pokontrolnego, o sposobie wykonania wniosku pokontrolnego oraz o podjętych działaniach lub przyczynach niepodjęcia tych działań.

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

Kielce, 5 kwietnia 2019 r.

Kontroler
Zdzisław Kałamaga
Doradca ekonomiczny

Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Kielcach
p.o. Dyrektor
Grzegorz Walendzik

.....
podpis

.....
podpis