



27.05.2013
h.aulke

PROTOKÓŁ KONTROLI
przeprowadzonej przez Komisję Rewizyjną Rady Gminy Łomża
w dniach 28 lutego i 26 marca 2013 r.

Na podstawie art. 18 a ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.) oraz uchwały Nr XXVII/145/13 Rady Gminy Łomża z dnia 5 lutego 2013 r. w sprawie ustalenia planów pracy i kontroli Komisji Rewizyjnej Rady Gminy Łomża na 2013 rok

Komisja Rewizyjna w składzie:

- Piotr Kłys – Przewodniczący Komisji,
- Krystyna Boguska – z-ca Przewodniczącego,
- Ryszard Chiliński – członek,
- Zygmunt Lutostański – członek.

Wyjaśnień udzielali:

- Zofia Brokowska – Skarbnik Gminy,
- Barbara Sobczyńska – Wanke – Sekretarz Gminy,
- Krzysztof Niemyjski – inspektor,
- Maria Mrozek – inspektor.

Zakres kontroli

Na podstawie upoważnienia Przewodniczącego Rady Gminy, które stanowi załącznik do protokołu dokonała kontroli wydatków przeznaczonych na promocję gminy za okres 2010 – 2012.

Uzasadnienie podjęcia kontroli

Kontrola podjęto zgodnie z planem kontroli Komisji Rewizyjnej Rady Gminy Łomża na 2013 rok, zatwierdzonym przez Radę Gminy Łomża uchwałą nr XXVII/145/13 z dnia 5 lutego 2013 r.

Założenia i cel kontroli

Działania promocyjne mają służyć promocji gminy, mikroregionu, celom zapisanym w aktualnej strategii rozwoju. Celem promocji ma być ściągnięcie do gminy inwestorów, nowych mieszkańców, turystów. Szeroko rozumiana promocja ma też informować mieszkańców o działaniach samorządu.

W „*Planie Rozwoju Lokalnego Gminy Łomża na lata 2004 – 2013*” autor w analizie SWOT Gminy Łomża, wśród słabych stron gminy umieścił:

- niedostateczną, i niejednorodną promocję gminy,
- słabe wykorzystanie produktów regionalnych do promocji,
- słabe rozpropagowanie turystyczne regionu

Celem kontroli była ocena prawidłowości wykorzystania środków publicznych przeznaczonych w budżecie gminy na działalność promocyjną Urzędu Gminy Łomża oraz efektów tej działalności. Kontrolę przeprowadzono z uwzględnieniem w szczególności:

- a) Prawidłowości planowania i ujmowania w dokumentach finansowych działań promocyjnych.
- b) Celowości i skuteczność działań promocyjnych.

Członkowie Komisji próbowali znaleźć odpowiedź na pytanie: czy podejmowane przez gminę działania przynoszą określone efekty? Sprawdzono rozliczane wydatki były prawidłowo księgowane w rozdziale 75075. Sprawdzono także, czy realizacja zadań, w okresie objętym kontrolą, służyła wdrażaniu celów przyjętych w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Łomża do roku 2014. Komisja Rewizyjna zwraca jednakże uwagę, że w Strategii nie określono mierników do oceny efektów (korzyści) działań promocyjnych, co nie pozwala na jednoznaczne określenie stopnia wdrożenia przyjętych celów

Komisja Rewizyjna zaznacza również, iż opierając się na w/w dwóch zasadniczych celach kontroli wydatków z rozdz. 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*, nie dokonała sprawdzenia wydatków pod kątem:

- a) Terminowości występujących zobowiązań.

Nie sprawdzano czy występujące zobowiązania były regulowane w należyty terminie.

- b) Przestrzegania planu finansowego.

Nie sprawdzono czy zobowiązania na dzień ich wystąpienia, czyli wystawienia dokumentu płatności (np. faktura, rachunek) wynosiły więcej niż zakładał plan finansowy na ten dzień.

Kontrolowane dokumenty finansowe

Komisja zapoznała się z fakturami i rachunkami z roku 2012:

1. Faktura Nr FFA/46/2012 w kwocie 490,00 zł - aparaty telefoniczne przeznaczone na nagrody w turnieju brydżowym.
2. Faktura Nr FAPM/29/2012 w kwocie 50,00 zł - baterie.
3. Faktura Nr F/003125/12 w kwocie 352,48 zł - puchary w turnieju brydżowym.
4. Faktura Nr 169/2012 z dnia 19 czerwca 2012 r. w kwocie 87,00 zł - puchar wystawców bydła.
5. Faktura Nr 47/2012 z dnia 31 lipca 2012 r. w kwocie 970,87 zł - artykuły spożywcze na konferencję językoznawczą TWP.
6. Faktura Nr 356/12 z dnia 23 października 2012 r. w kwocie 249,68 zł - zakup nagród rzeczowych w konkursie plastycznym „Hanka Bielicka w oczach dzieci”.
7. Faktura Nr F/008042/12 z dnia 9 listopada 2012 r. w kwocie 400,00 zł - zakup pucharów w zawodach strzeleckich w Piątnicy.
8. Faktura Nr 00004/2012 z dnia 4 stycznia 2012 r. w kwocie 2 607,60 zł - druk gazetki „Wieści gminne” (500 szt.).
9. Faktura Nr 391/12/2011 z dnia 31 grudnia 2011 r. w kwocie 94,00 zł - opłata abonamentowa za korzystanie z konta pocztowego w sieci gminypolskie.pl.
10. Faktura Nr 63/2012 z dnia 31 stycznia 2012 r. w kwocie 492,00 zł - reklama i promocja gminy w Radio Nadzieja.
11. Faktura Nr FRP/2492/2/2012 z 23 lutego 2012 r. w kwocie 739,23 zł - ogłoszenie w publikacji internetowej – książce telefonicznej i elektronicznej bazie adresowej.
12. Faktura Nr 2012/FA/35/00054 z 29 marca 2012 r. w kwocie 153,45 zł - książki w konkursie literackim.
13. Opłata z dnia 23.04.2012 r. - wpisowe na konkurs strzelecki w Piątnicy w kwocie 100,00 zł.

14. Rachunek Nr 12-SRS/0041 z dnia 31 maja 2012 r. w kwocie 2 000,00 zł wystawiony przez Państwową Wyższą Szkołę Informatyki i Przedsiębiorczości na rzecz mediów - wystąpienie Wójta promujące gminę.
15. Faktura Nr O-2051/2012 z dnia 6 czerwca 2012 r. w kwocie 119,51 zł - tablica reklamowa oznaczająca obszar Natura 2000.
16. Faktura Nr 00435/2012 z dnia 4 czerwca 2012 r. w kwocie 2 091,00 zł - druk gazetki „Wieści gminne” (nakład 500szt, maj 2012).
17. Faktura Nr 29/2012 z dnia 16 lipca 2012 r. w kwocie 898,56 zł, wystawiona przez „Maja” - przewóz osób na targi promocyjne do Augustowa.
18. Faktura Nr 1006/2012 z dnia 17 lipca 2012 r. w kwocie 492,00 zł - promocja w Radio Nadzieja podczas Muzycznych Dni Drozdowa.
19. Faktura Nr 00684/2012 z dnia 30 sierpnia 2012 r. w kwocie 1 500,00 zł, wystawiona przez „TOP Druk” za opracowanie i druk przewodnika obejmującego teren gmin Łomża i Piątница.
20. Faktura Nr 39/2012 z dnia 11 września 2012 r. w kwocie 412,56 zł, wystawiona przez „Maja” - przewóz osób do Łap na dożynki.
21. Faktura Nr 9020809887 z dnia 27 września 2012 r. w kwocie 246,00 zł - publikacja w Panoramie Firm.
22. Faktura Nr 1415/2012 z dnia 25 września 2012 r. w kwocie 369,00 zł - promocja w Radio Nadzieja podczas Nadzieja Cup 2012.
23. Faktura Nr 33/2011/K z dnia 9 października 2011 r. w kwocie 4 000,00 zł - koncert Filharmonii Kameralnej z Łomży w Puchałach, Kupiskach i Wygodzie.
24. Rachunek Nr 14/A/2012 z dnia 31 października 2012 r. w kwocie 302,79 zł - dofinansowanie organizacji konferencji „Rody i rodziny Mazowsza i Podlasia”.
25. Faktura Nr 59/2012 z dnia 21 grudnia 2012 r. w kwocie 1 722,00 zł - druk gazetki „Wieści gminne”, nakład 500 szt., nr listopadowy.
26. Faktura Nr 299/12/2012 z dnia 28 grudnia 2012 r. w kwocie 950,00 zł - reklama w TV Narew.

Komisja zapoznała się z fakturami i rachunkami z roku 2011:

1. Faktura Nr FAPM/31/2011 z dnia 5 maja 2011 r. w kwocie 299,00 zł - aparat fotograficzny – nagroda w konkursie brydżowym.
2. Faktura Nr FAPM/32/2011 z dnia 5 maja 2011 r. w kwocie 299,00 zł - aparat fotograficzny – nagroda w konkursie brydżowym.
3. Faktura Nr 202/2011 z dnia 29 kwietnia 2011 r. w kwocie 326,20 zł, wystawiona przez „TAMPSS” - dyplomy i puchary w konkursie brydżowym.
4. Faktura Nr 237/2011 z dnia 19 maja 2011 r. w kwocie 999,74 zł - kubki z nadrukiem jako wsparcie dla PWSIP na konferencję.
5. Faktura Nr F/005305/11 z dnia 26 sierpnia 2011 r. w kwocie 4 500,00 zł - album „Łomża i okolice” – 100 szt.
6. Faktura Nr 33/10/2011 z dnia 20 października 2011 r. w kwocie 18,45 zł, wystawiona przez „K-MEDIA Lipiński Kamil” - wizytówki.
7. Faktura Nr 508/MAG/2011 z dnia 16 listopada 2011 r. w kwocie 380,00 zł, wystawiona przez „KAM-i” za mikrofon bezprzewodowy – nagroda w konkursie strzeleckim.

8. Faktura Nr 5/2011 z dnia 11 stycznia 2011 r. w kwocie 1 089,78 zł, wystawiona przez „TAMPSS” za 100 szt. kalendarzy.
9. Faktura Nr FRS/886/10/2010 z dnia 7 października 2010 r. w kwocie 305,00 zł - ogłoszenie w książce internetowej.
10. Faktura Nr FRP/2052/1/2011 z dnia 31 stycznia 2011 r. w kwocie 369,00 zł - ogłoszenie w PKT publikacji Łomża.
11. Nota księgowa Nr 1/2011 z dnia 22 marca 2011 r. na kwotę 130,00 zł za udział w targach wystawiona przez LOT za stoisko na targach w dniach 18-20 03 2011.
12. Faktura Nr F0034/2011 z dnia 21 marca 2011 r. w kwocie 378,00 zł - wystawiona przez „PTO Leg-Van” - przewóz osób na targach.
13. Rachunek Nr 6/2011 z dnia 6 maja 2011 r. w kwocie 200,00 zł - wpisowe w konkursie strzeleckim.
14. Faktura Nr F0108/2011 z dnia 30 sierpnia 2011 r. w kwocie 429,84 zł wystawiona przez „PTO Leg-Van” - transport na dożynki w Mońkach.
15. Faktura Nr 00662/2011 z dnia 12 września 2011 r. w kwocie 2 607,60 zł - druk gazetki „Wieści gminne” nr 117 – 500 szt.
16. Faktura Nr IN/201112271716 z dnia 27 grudnia 2011 r. w kwocie 183,27 zł - domena gminalomza.pl oraz gminalomza.eu.
17. Faktura Nr 00966/2011 z dnia 27 grudnia 2011 r. w kwocie 2 999,99 zł - przewodnik „Z Piątnicy do Łomży”.

Przewodniczący przerwał obrady o godz. 13.45 i poinformował, że termin wznowienia posiedzenia zostanie wyznaczony w ciągu 14 dni.

W dniu 26 marca 2013 r. o godz. 9⁰⁰ wznowiono posiedzenie Komisji. Udział we wznowionym posiedzeniu wzięli:

- Piotr Kłys – Przewodniczący Komisji,
- Krystyna Boguska – z-ca Przewodniczącego,
- Ryszard Chiliński – członek,
- Zygmunt Lutostański – członek.

Wyjaśnień udzielali:

- Zofia Brokowska – Skarbnik Gminy,
- Barbara Sobczyńska – Wanke – Sekretarz Gminy,
- Krzysztof Niemyjski – inspektor,
- Maria Mrozek – inspektor.

Komisja przeanalizowała faktury i rachunki z roku 2010:

1. Faktura Nr 19/2010 z dnia 15 stycznia 2010 r. w kwocie 854,00 zł, wystawiona przez „Drukarnia Kamil Borkowski” – druk gazetki „Wieści Gminne”, nr 112, nakład 500 szt.
2. Faktura Nr 24/10 z dnia 8 stycznia 2010 r. w kwocie 3 000,00 zł, wystawiona przez „Libra Print” – album „Łomża i okolice”, 100 szt.
3. Faktura Nr 705/2009 z dnia 30 grudnia 2009 r. w kwocie 451,40 zł, wystawiona przez „TAMPSS” – kalendarzyki listkowe, 2000 szt.
4. Faktura Nr 121/2010 z dnia 30 stycznia 2010 r. w kwocie 2 781,60 zł wystawiona przez „Speed” – abonament za system Publikator.

5. Faktura Nr FRP/3430/3/2010 z dnia 31 marca 2010 r. w kwocie 305,00 zł – ogłoszenia w książce telefonicznej PKT.
6. Faktura Nr 13/2010/R z dnia 22 marca 2010 r. w kwocie 360, 00 zł wystawiona przez „PHT Robin” – usługa transportowa (Łomża – Białystok – Łomża) – wyjazd zespołu na podlaskie targi agroturystyczne.
7. Faktura Nr 118/2010 z dnia 12 marca 2010 r. w kwocie 1 098,00 zł – druk gazetki „Wieści Gminne” nr 113 – 500 szt.
8. Faktura Nr 60/2010 z dnia 2 marca 2010 r. w kwocie 1 098,00 zł wystawiona przez Metaloplastyka z Lublina – znaczki harcerskie (150 szt.).
9. Faktura Nr 01438F1012W01 z dnia 5 marca 2010 r. w kwocie 1 098,00 zł wystawiona przez Media Regionalne – usługi reklamowe w Gazecie Współczesnej (reklama w wydaniu z dnia 05.03.2010).
10. Nota księgowa Nr 23 z dnia 2 marca 2010 r. w kwocie 200,00 zł, wystawiona przez Starostwo Powiatowe w Łomży – współudział w Podlaskich Targach Turystycznych.
11. Faktura Nr 63/03/2010 z dnia 1 marca 2010 r. w kwocie 500,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
12. Faktura Nr 5/2010 z dnia 26 kwietnia 2010 r. w kwocie 800,00 zł, wystawiona przez „GONDPOL - JERZY” – rejs gondolą po Narwi (dni Kultury Kurpiowskiej, rejs po Narwi z gośćmi z Japonii).
13. Faktura Nr 691/10 z dnia 21 maja 2010 r. w kwocie 1 500,00 zł – reklama w dodatku „Powiat Łomżyński” do tygodnika „Kontakty”.
14. Faktura Nr 71/10 z dnia 19 maja 2010 r. w kwocie 500,00 zł wystawiona przez Związek Gmin Wiejskich – stoisko promocyjne na imprezie „Podlaskie Gminy Wiejskie w Warszawie” w dniu 18 maja 2010 r.
15. Faktura Nr 22/2010/L z dnia 17 maja 2010 r. w kwocie 726,00 zł wystawiona przez „Robin” – przewóz osób na targi w Warszawie.
16. Faktura Nr FATN/37/2010 z dnia 7 maja 2010 r. w kwocie 540,00 zł wystawiona przez „Gabs Foto” – aparat cyfrowy Kodak (nagroda dla zwycięzcy w Turnieju Brydża Sportowego o Puchar Wójta).
17. Faktura Nr 196/2010 z dnia 7 maja 2010 r. w kwocie 269,91 zł wystawiona przez „TAMPSS” – puchary i nagrody w turnieju brydżowym.
18. Faktura Nr 121/05/2010 z dnia 4 maja 2010 r. w kwocie 500,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
19. Faktura Nr 2/2010 z dnia 7 maja 2010 r. w kwocie 200,00 zł wystawiona przez Stowarzyszenie Klub Fort – wpisowe na turniej strzelecki dla 9 pracowników gminy i 1 sołtysa.
20. Faktura Nr 157/06/2010 z dnia 1 czerwca 2010 r. w kwocie 500,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
21. Faktura Nr 5506/2010 z dnia 22 czerwca 2010 r. w kwocie 599,51 zł wystawiona przez „PHU Wizard” – elementy odbłaskowe dla policji w związku z akcją „Bezpieczne wakacje” (702 szt.).
22. Faktura Nr 212/2010 z dnia 3 sierpnia 2010 r. w kwocie 1 000,0 zł – reklama w „TV Łomża”.
23. Faktura Nr 528/2010 z dnia 13 sierpnia 2010 r. w kwocie 1 171,20 zł wystawiona przez „PHU Octopus” – breloki (100 szt. – wartość 585,60 zł) i odznaki (200 szt. – 585,60 zł).

24. Faktura Nr 47/2010/R z dnia 31 sierpnia 2010 r. w kwocie 220,00 zł wystawiona przez „Robin” – transport osób do Mielnika na uroczystości „Urodziny Województwa Podlaskiego” w dniu 28 sierpnia 2010.
25. Faktura Nr 385/2010 z dnia 7 września 2010 r. w kwocie 4 200,00 zł wystawiona przez TAMPS –2 750,00 zł) i długopisy z nadrukiem (1000 szt. – wartość 1 499,99 zł).
26. Faktura Nr 75/2010 z dnia 31 sierpnia 2010 r. w kwocie 2 049, 60 zł wystawiona przez „Maestrodavinci.pl” – forma i herb gminy Łomża z gipsu złożonego (150 szt.). Fakturę rozpisano na dwa rozdziały 75075 – w kwocie 854,00 zł i 75095 – w kwocie 1 195,60 zł.
27. Faktura Nr 238/09/2010 z dnia 1.09.2010 r. w kwocie 1 000,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
28. Faktura Nr 594/2010 z dnia 23 września 2010 r. w kwocie 2 440,00 zł, wystawiona przez „Drukarnia TOP DRUK” – druk gazetki „Więści Gminne”, nr 114 z września 2010 r., nakład 500 egz.
29. Faktura Nr 30/2010/K z dnia 29 października 2010 r. w kwocie 2 000,00 zł – koncert Filharmonii Kameralnej w Kupiskach.
30. Faktura Nr 08068F1012W01 z dnia 22 października 2010 r. w kwocie 1 830,00 zł, wystawiona przez Media Regionalne Sp. z o.o. – usługa reklamowa w Gazecie Współczesnej. Wywiad z wójtem gminy w dodatku reklamowym „Mała Ojczyzna” z dnia 22.10.2010 r.
31. Faktura Nr P/2010/0870 z dnia 30 września 2010 r. w kwocie 1 159,00 zł wystawiona przez Białostockie Zakłady Graficzne – album na 20-Lecie Samorządu (100 szt.).
32. Faktura Nr 258/2010 z dnia 1 października 2010 r. w kwocie 1 000,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
33. Faktura Nr 294/11/2010 z dnia 2 listopada 2010 r. w kwocie 1 000,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
34. Faktura Nr 887/2010 z dnia 19 listopada 2010 r. w kwocie 2 928,00 zł, wystawiona przez „Drukarnia Kamil Borkowski” – druk „Więści Gminne”, nr 115 z 2010 r., nakład 500 egz.
35. Faktura Nr 941/2010 z dnia 23 grudnia 2010 r. w kwocie 610,00 zł, wystawiona przez „TOP Druk” – druk gazetki „Więści Gminne”, nr 116 z 2010 r., nakład 500 egz.
36. Polecenie księgowania z dn. 31 grudnia 2010 r. Tytuł – koszty IV kwartału 2010 r., wydatki I kwartału 2011 r. Jedna z pozycji dotyczy faktury DPL/341/1/2011 w kwocie 305,00 zł – ogłoszenie w internetowej książce telefonicznej. Za jaki rk są policznowe w kosztach
37. Faktura Nr 7555/N/2010 z dnia 6 września 2010 r. w kwocie 1 125,00 zł wystawiona przez „Astra” – długopisy z nadrukiem (1500 szt.).
38. Faktura Nr 7790/N/2010 z dnia 14 września 2010 r. w kwocie 27,00 zł – długopisy.
39. Faktura Nr 90/04/2010 z dnia 1 kwietnia 2010 r. w kwocie 500,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
40. Faktura Nr 188/07/2010 z dnia 1 lipca 2010 r. w kwocie 1 000,00 zł – reklama w „TV Łomża”.
41. Faktura z dnia 10 września 2010 r. w kwocie 1 098,00 zł – reklama w „Gazecie Współczesnej”.
42. Faktura w kwocie 244,00 zł – Panorama Firm.

Wnioski zespołu kontrolującego

1. Komisja Rewizyjna negatywnie ocenia większość działań promocyjnych podjętych w latach 2010-2012.
2. W ocenie Komisji wydatki w wielu przypadkach są niezasadne, większość zastrzeżeń dotyczy roku 2010.
3. Komisja ocenia, iż wydatki na prasę i telewizję były związane z kampanią wyborczą wójta gminy.

Uzasadnienie wniosków

Komisja Rewizyjna przyjmuje tezę, że promocyjne działania jst są skuteczna, jeżeli efektem ich są nowe inwestycje, wzrost zatrudnienia, a więc poprawa poziomu życia mieszkańców. Tak też zostały ocenione wydatki na promocję.

Komisja dokonała oceny wydatków głównie pod kątem gospodarności, celowości i efektywności.

Zgodnie z założeniem oceniano:

- a) Prawidłowości planowania i ujmowania w dokumentach finansowych działań promocyjnych.
- b) Celowości i skuteczność działań promocyjnych.

W Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Łomża do roku 2014, wśród priorytetowych równoważnych strategicznych rozwojowych celów szczegółowych jest cel 5: *Efektywne i kreatywne zarządzanie realizacją Strategii*. Cel ten zawiera wśród czterech punktów dwa odnoszące się do przedmiotu kontroli. Są to *Informowanie mieszkańców*, oraz *Promocja gminy Łomża*. Zapisy wskazują na konieczność promocji Strategii wśród inwestorów i informacji o Strategii wśród mieszkańców.

Niemożliwe jest dokonanie jednoznacznej oceny celowości każdego wydatku poniesionego na promocję. Obiektywną ocenę utrudnia brak jakichkolwiek wskaźników mierzalności zapisanych w dokumentach strategicznych. Urząd gminy nie posiada dokumentów strategicznych określających kierunek i formę promocji. Jedynym dokumentem, w którym jest wzmianka o promocji i informacji jest Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Łomża do roku 2014.

Podstawowe zastrzeżenie budzi fakt, iż pracownicy urzędu gminy nie archiwizują „dowodów” zrealizowanych zleceń związanych z promocją gminy. Komisja Rewizyjna stoi na stanowisku, iż posiadanie w księgach finansowych urzędu faktury czy rachunku oraz potwierdzenia ich zapłaty jest dowodem formalno – księgowym zrealizowania usługi. Dla pełnej transparentności finansów, w przypadku zlecania zadań finansowanych ze środków publicznych, należałoby przechowywać w archiwum po jednym egz. zamówionych towarów (długopis, notes, kubek, brelok, gazeta, album) oraz usług niematerialnych (np. nagranie reklam, wystąpień w radio, telewizji). Nieposiadanie tych przedmiotów utrudniło, a w kilku wypadkach uniemożliwiło ocenę wydatków pod kątem celowości i gospodarności.

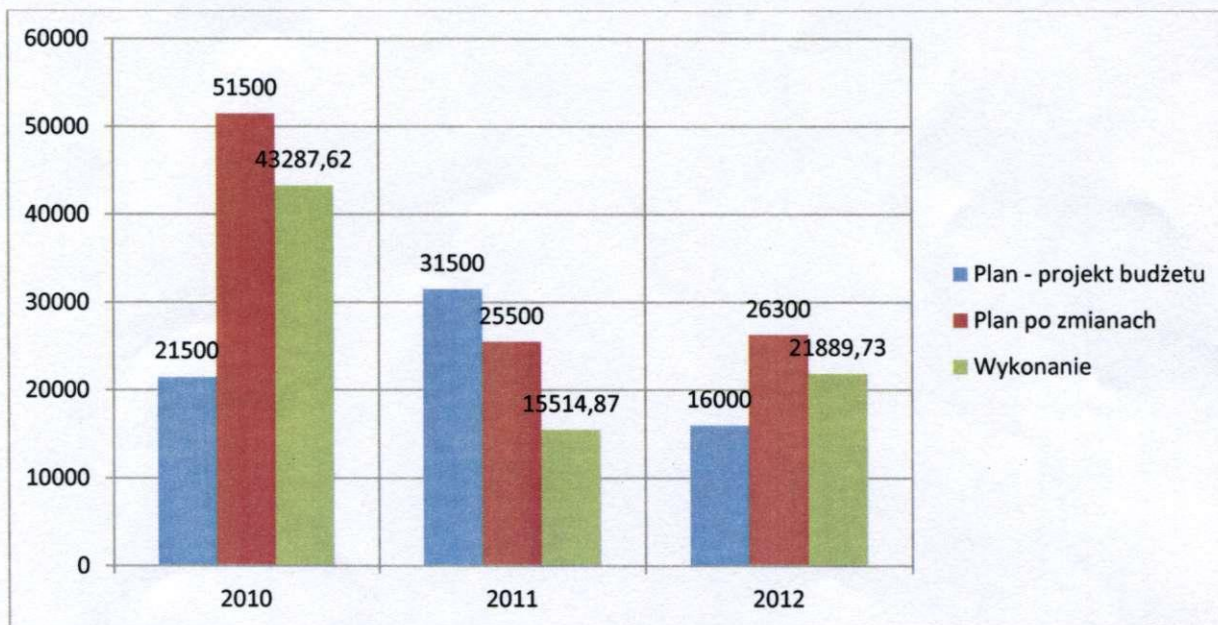
Wysokość wydatków w poszczególnych latach

Komisja Rewizyjna dokonała analizy wydatków na promocje gminy i sprawdziła ich zgodność ze sprawozdaniami finansowymi z poszczególnych lat objętych kontrolą.

Podstawowe informacje finansowe dotyczące środków planowanych i wydanych z rozdziału 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego* za okres objęty kontrolą przedstawiono w tabeli.

Tabela 1. Zestawienie finansowe z rozdziału 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*

Rok	Plan pierwotny (projekt budżetu)	Plan po zmianach	Wykonanie (sprawozdanie z budżetu)	% wykonania do planu po zmianach (D/C)	% wykonania do planu z projektu budżetowego (D/B)
A	B	C	D	E	F
2010	21 500, 00 zł	51 500, 00 zł	43 287, 62 zł	84,05%	201%
2011	31 500, 00 zł	25 500, 00 zł	15 514, 87 zł	60,84%	49%
2012	16 000, 00 zł	26 300, 00 zł	21 889, 73 zł	83,23%	137%



Zestawienie danych w formie tabeli oraz graficzne przedstawienie w formie wykresu obrazują zmiany budżetowe dokonywane w poszczególnych latach:

- W 2010 roku w projekcie budżetu zaplanowano w rozdziale 75075 kwotę 21 500,00 zł, na koniec roku plan po zmianach wynosił 51 500,00 zł, zaś wykonanie 43 287,62 zł. Finalnie procent wykonania w stosunku do planu, czyli wersji budżetu na dzień 31 grudnia 2010 roku wyniósł 84%, jednak stosunek wykonania do pierwotnego planu to już przeszło 200%.
- W 2011 roku w projekcie budżetu zaplanowano w rozdziale 75075 kwotę 31 500,00 zł, na koniec roku plan po zmianach wynosił 25 500,00 zł, zaś wykonanie 15 514, 87 zł. Finalnie procent wykonania w stosunku do planu, czyli wersji budżetu na dzień 31 grudnia 2011 roku wyniósł ok. 60%, jednak stosunek wykonania do pierwotnego planu to tylko 49%.

- Analogicznie w 2012 roku, w projekcie budżetu zaplanowano kwotę 16 000,00 zł, w trakcie roku zmieniono na 26 300,00 zł, zaś wykonano na poziomie 83% - w kwocie 21 889,73 zł. Jednak w stosunku do planu w projekcie uchwały budżetowej wykonanie to stanowi aż 137% planowanych wydatków zapisanych w projekcie budżetu.

Struktura wydatków

W okresie objętym kontrolą główne wydatki na promocję Gminy dotyczyły:

- w 2010 r. – wydatki reklamowe i promocyjne w mediach – 21 310,00 zł. Największą grupę stanowiły wydatki na gadżety promocyjne (długopisy, notesiki, kalendarze, breloczki, znaczki, itp). w wysokości 10 721,71 zł. Za usługi telewizyjne zapłacono dla TV Łomża 7 000,00 zł, zaś na reklamy w tygodniku „Kontakty” i „Gazecie Współczesnej” przeznaczono 5 526,00 zł.
- w 2011 r. – największą grupę wydatków stanowiły koszty związane z zakupem albumów promocyjnych (7 499,99 zł), następnie kalendarzy za kwotę 1 089,78 zł i zakup kubków z nadrukiem dla PWSiP na konferencję za 999,74 zł.
- w 2012 r. w ramach promocji najwięcej środków przeznaczono na druk gazetki „Wieści Gminne” i było to 6 420,60 zł. W dalszej kolejności sponsoring, nagrody, patronat w konkursach, a więc konkursy malarskie, recytatorskie dla dzieci, turniej brydżowy (kwota 2 656, 27 zł) oraz dofinansowanie juwenaliów w PWSiP kwotą 2 000,00 zł.

Struktura wydatków wskazuje na brak konsekwencji promocji. W 2010 roku występują wydatki nie notowane w latach kolejnych. Zdecydowana większość wydatków związana jest z nagłą i intensywną promocją samorządu. Są to reklamy w prasie i relacje telewizyjne. W 2011 roku występują wydatki zgoła odmienne – związane z zakupem albumów fotograficznych i przewodników turystycznych. 2012 rok to głównie wydatki na „Wieści Gminne”.

Analiza wysokości oraz struktury wydatków prowadzi do oczywistych wniosków. Uwagę komisji zwrócił fakt, nierównomiernego rozłożenia wydatków na poszczególne formy promocji w kolejnych latach, co świadczyć może o niekonsekwencji działań promocyjnych. Duża różnica oraz struktura wydatków na promocję w poszczególnych latach wskazują na to, że:

- W 2010 roku widoczny jest nieproporcjonalny wzrost wydatków na promocję.
- Środki są wydawane na „potrzebę chwili” bez określonej filozofii promocji.
- Brak jest strategii promocji gminy oraz wynikającej z niej koncepcji przeznaczania środków na poszczególne formy przekazu.
- Rozmach kampanii promocyjnej w 2010 r. w porównaniu z latami kolejnymi wydaje się przekraczać standardowe potrzeby gminy w tym zakresie.
- W 2010 r. promocja gminy przybrała twarz i nazwisko wójta gminy.

Rozwinięcie uzasadnienia - ocena wybranych elementów promocji

Promocja w TV

Komisja nie mogła ocenić wartości promocyjnej, jaką gminie mogły przynieść zlecone materiały filmowe, gdyż nie zostały zaprezentowane z powodu nie posiadania przez urzędników kopii nagrań. Na pytanie dlaczego nie ma w archiwum gminy materiałów z TV czy radio pani inspektor Mrozek informuje, że za nagrania trzeba dodatkowo zapłacić „niemałe pieniądze”.

Mimo, że członkowie komisji nie mieli wglądu w te materiały, oceniają, iż niezasadnym było zamówienie cyklicznych emisji materiałów promocyjnych w TV Łomża na łączną kwotę 7 000,00 zł. Główną przesłanką do podjęcia takiego wniosku jest fakt, iż to medium dociera tylko do mieszkańców jednej ze spółdzielni mieszkaniowych w Łomży. TV Łomża nigdy swoim zasięgiem nie obejmowała terenów gminy Łomża, więc na teren naszej gminy nigdy nie dotarł jej program. W świetle powyższego emisja relacji z wydarzeń takich jak Msza polowa w Wygodzie, festyn w Pniewie, wiosenne zagrożenie powodziowe czy życzenia wielkanocne, które wójt składa telewizjom, wydaje się nie spełniać swojej funkcji informacyjnej. Tak więc w tym przypadku promocja nie spełniła funkcji informacyjnej w stosunku do mieszkańców. Nie ma też jednoznacznych dowodów wskazujących, w jakim stopniu ta forma promocji wpłynęła na większe zainteresowanie inwestorów i turystów. Ponadto nie wydaje się, aby mieszkańcy jednej z łomżyńskich spółdzielni mieszkaniowych byli strategiczną grupą docelową odbiorców promocji gminy Łomża.

Również, bez wglądu w opisywane relacje telewizyjne, nie można odpowiedzieć na pytanie: czy materiały promocyjne zawierały treści promujące samorząd, czy osobę wójta w świetle zbliżających się wyborów samorządowych A.D. 2010? Należy także zauważyć, że w kontrolowanym okresie (lata 2010 – 2012) wydatek, jakim promocja w telewizji, pojawia się tylko w 2010 roku, z wyjątkiem jednej faktury w grudniu 2012 roku.

Promocja w prasie

Promocja w prasie jest kolejnym wydatkiem występującym tylko w 2010 roku. W tym roku promowano gminę w 3 wydaniach „Gazety Współczesnej” i 1 specjalnym dodatku do tygodnika „Kontakty”. Komisja ma wiele podstaw by twierdzić, iż wydatki te były nakierowane na przedwyborczą promocję osoby wójta Nowakowskiego. Wszystkie materiały zawierają nie tylko charakterystykę geograficzną – kulturową gminy czy opis poczynionych w ostatnich latach inwestycji, ale także promocję wizerunku wójta oraz jego zamierzeń jako starającego się o reelekcję. **Największe wątpliwości budzi artykuł sponsorowany pt „Solidność i doświadczenie” w dodatku „Mała Ojczyzna” do „Gazety Współczesnej” z dnia 22 października 2010r. Członkowie Komisji oceniają artykuł jako ewidentną promocją osoby wójta.**

Trudno jest doszukać się w wymienionych artykułach charakteru zachęty dla potencjalnych inwestorów. Była to raczej promocja wójta, podsumowanie jego osiągnięć. Z pewnością artykuł z pt. „Solidność i doświadczenie” nie zawiera żadnej promocji instytucji, którymi są urząd gmin i rada gminy.

Albumy promocyjne, fotograficzne, przewodniki turystyczne

Komisja na wstępie kontroli przyjęła założenie, że promocyjne działania jednostki samorządu terytorialnego są skuteczne, jeżeli efektem ich są nowe inwestycje, wzrost zatrudnienia, a więc poprawa poziomu życia mieszkańców. Wzrost zatrudnienia można osiągnąć także przez promocję

walorów turystycznych regionu. W świetle tego założenia wydatki związane z albumami co do zasady spełniają swoją rolę. Zakupione publikacje posiadają wartość promocyjną, mimo iż żadna z nich nie odnosi się wprost i bezpośrednio do promocji gminy jako miejsca atrakcyjnego dla potencjalnych inwestorów. Wysoką wartością tych publikacji jest przedstawienie gminy Łomża jako miejsca atrakcyjnego turystycznie, bogatego w walory przyrodnicze, o ciekawej historii i kulturze.

Wątpliwość pod kątem ekonomicznego uzasadnienia wzbudza przewodnik p.t. „Z Piątnicy do Łomży ścieżkami Łomżyńskiego Parku Krajobrazowego Doliny Narwi”. Przewodnik został wydany przez Łomżyński Park Krajobrazowy Doliny Narwi i Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego w 2011 roku przy dofinansowaniu Urzędu Gminy Łomża i Urzędu Miasta Łomża. Komisja. Komisja w swojej ocenie nie odnosi się do wartości merytorycznej opracowania. W trosce o wydane środki budżetowe Komisja zwraca uwagę na fakty:

- na pierwszych 45 stronach opisane są tereny należące do gminy Piątnica
- na ostatnich 19 stronach opisane jest miasto Łomża,
- do gminy Łomża „należy” więc, spośród 77 stron redakcyjnych, tylko 13 stron w środku
- w dziale *przydatne adresy i strony* po hasłem *baza noclegowa* wymieniono 11 podmiotów, z których żaden nie jest położony na terenie naszej gminy,
- w dziale *gospodarstwa agroturystyczne i kwatery* umieszczone są dane teleadresowe 4 gospodarstw agroturystycznych,
- w dziale *baza gastronomiczna* wymienione są lokale gastronomiczne z terenów sąsiednich gmin,
- Urząd Gminy Piątnica nie partycypował w finansowaniu wydawnictwa.

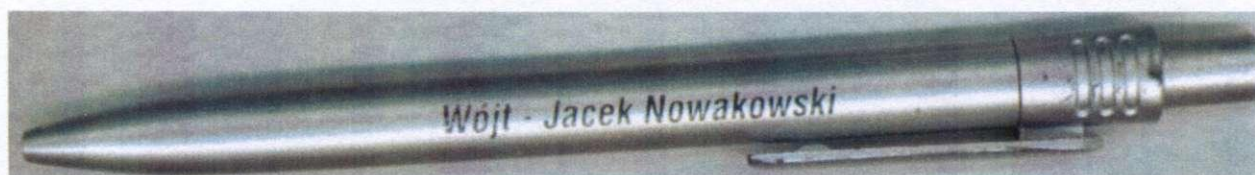
Gadżety reklamowe

Długopisy.

Długopisy zostały zamówione w 2010r. na łączną kwotę 2 624,79 zł w ilości 2500 szt. (dwa rodzaje od dwóch dostawców) są nadrukowane obustronnie – z jednej strony jest napis „Urząd Gminy Łomża www.gminalomza.pl”, z drugiej strony „Wójt Jacek Nowakowski”. Komisja stwierdziła, iż na kopii druku zamówienia skierowanego do jednego z dostawców, dołączonej do jednej z faktur, treść zamówienia brzmi „Urząd Gminy Łomża www.gminalomza.pl”. **Treść zamówienia nie zgadza się z treścią nadruku. W dokumentach nie ma informacji o tej niezgodności usługi z zamówieniem, a towar został przyjęty.** Komisja nie potrafi odpowiedzieć, czy towar dostarczony nie zgadzał się z zamówieniem, czy tylko druk zamówienia nie zgadzał się z faktycznym zamówieniem i został dołączony do faktury na „podkładkę”.

W czasie posiedzenia kontrolnego 26 marca na prośbę o okazanie długopisów pani inspektor Maria Mrozek okazała długopis niebieski z czarną gumką, z którego zdrapano napisy z jednej strony, tak by nie można ich było odczytać. Druga strona długopisu nosiła ślady użytkowania, ale była odczytywalna. Odczytany napis brzmi „Urząd Gminy Łomża www.gmina.lomza.pl” i zgadza się z treścią zamówienia. Na pytanie Przewodniczącego, jaka treść widniała na zdrapanej części pani Mrozek odpowiedziała, że taki sam napis. Na kolejne pytanie o to dlaczego napis na jednej stronie jest niewidoczny, odpowiedziała, że to stary długopis i „się starło” w wyniku używania. Po tych wypowiedziach przewodniczący sprawdził treść zamówienia i stwierdził, że jego zdaniem nie zgadza się z nadrukiem na długopisie, gdyż on zna ten długopis i niejednokrotnie widział go w rękach urzędników i radnych. Jego zdaniem napis na drugiej części brzmi: „Wójt Jacek Albin

Nowakowski". Na to pani inspektor odpowiedziała, że to niemożliwe, że nawet, jeśli już takie długopisy się trafiły, to mogą pochodzić z próbnej serii, która w ilości 30 – 40 sztuk była podarowana przez firmę reklamową przed złożeniem zamówienia. Przewodniczący stwierdził, że tłumaczenie budzi ogromną wątpliwość, zważywszy na fakt powszechnej obecności długopisów w społeczności gminnej: w urzędzie, wśród mieszkańców, sołtysów, radnych. **Wydaje się, iż długopisy zostały zamówione i rozdawane jako gadżet reklamujący osobę wójta.**



Kalendarzyki listkowe.

Kalendarzyki wielkości wizytówki, zakupione w ilości 2000 szt. (faktura z dnia 30 grudnia 2009 na kwotę 451,40 zł). Kalendarzyki w lewej górnej części zawiera dwa napisy: „Gmina Łomża miejsce gdzie życie staje się piękniejsze” oraz „Z najlepszymi życzeniami na Nowy Rok 2010 Wójt Gminy Łomża Jacek Nowakowski”. W dolnej części podano dane teleadresowe bez wskazania instytucji, tzn. jest adres, telefon i fax bez nazwy urzędu. Wątpliwość budzi



zasadność umieszczenia życzeń noworocznych na kalendarzyku, który z założenia powinien być używany przez cały rok. Ciężko jest określić, jaka była główna funkcja promocyjna kalendarzyka. Jeśli miałby służyć promocji terenów inwestycyjnych w gminie (np. rozdawany na konferencjach i

targach), to jego treść powinna być skierowana do potencjalnych inwestorów. Jeśli jednak główną funkcją takiego gadżetu reklamowego jest informacja dla mieszkańców to powinien zawierać dane informacyjne (np. terminy wnoszenia opłat, numery telefonów do najważniejszych referatów). W obu przypadkach kalendarzyk nie spełnia swojej roli. **Wydaje się, iż kalendarzyk listkowy został wyprodukowany z myślą o promocji osoby wójta.**

Notesiki.

Notesy formatu A6 zakupione w ilości 2500 szt. (faktura z dnia 07.09.2010, pozycja o wartości łącznej 2 750,00 zł). Szata graficzna jest utrzymana w konsekwentnej spójnej kolorystyce, notes w centralnej części ma umieszczony herb Gminy Łomża w formie „znaku wodnego”. Zasady reklamy nakazują umieszczenie najważniejszej treści w takim „dokumencie” w nagłówku, szczególnie jego lewej części. Kolejne co do ważności treści umieszcza się w stopce. Zasada ta wynika z faktu, iż społeczności świata łacińskiego czytają dokumenty od lewej do prawej i od góry do dołu – zgodnie z alfabetem łacińskim.

Spoglądając na notesik w świetle tej zasady stwierdza się, że w strategicznym miejscu zawarta jest promocja osoby samorządowca, nie zaś samorządu czy instytucji. Jest to napis „Wójt Gminy Łomża Jacek Nowakowski”. W stopce

zaś nieporównywanie mniejszą czcionką zawarto informację o adresie internetowym oraz wirtualnej skrzynce pocztowej urzędu gminy, czyli treści najważniejsze z punktu widzenia promocji gminy w dobie postępującego rozwoju społeczeństwa informacyjnego.

Taki układ graficzny pozwala wnioskować, iż najważniejszym przekazem notesika promocyjnego jest promocja osoby wójta.



www.gmina-lomza.pl e-mail: sekretariat@gmina-lomza.pl

Komisja uważa, że gadżety reklamowe (w tym przypadku: kalendarzyki, długopisy, notesy) w swej istocie, są gadżetami promującymi, pewną ściśle określoną uroczystością, produkt, firmę, osobę, itd. Aby mogły spełniać swoją funkcję, spośród innych konstytutywnych zalet muszą przede wszystkim poprzez zwięzłe hasło reklamowe wskazywać jednoznacznie na przedmiot (ew. podmiot) reklamy. W świetle tych kryteriów opisywane przedmioty reklamowe spełniają swoją funkcję, ale tylko częściowo.

Zważywszy na ten fakt, należy wnioskować, że celem zamówienia, a potem dystrybucji takich produktów (w tym przypadku: kalendarzyki, długopisy, notesy) była promocja i informacja, nasuwa się wniosek, że wymienione produkty spełniają tę funkcję pośrednio i połowicznie. **Oznacza to, że głównym przekazem płynącym z treści materiałów nie jest promocja gminy i informacja o gminie, ani promocja Strategii i informacja o niej.**

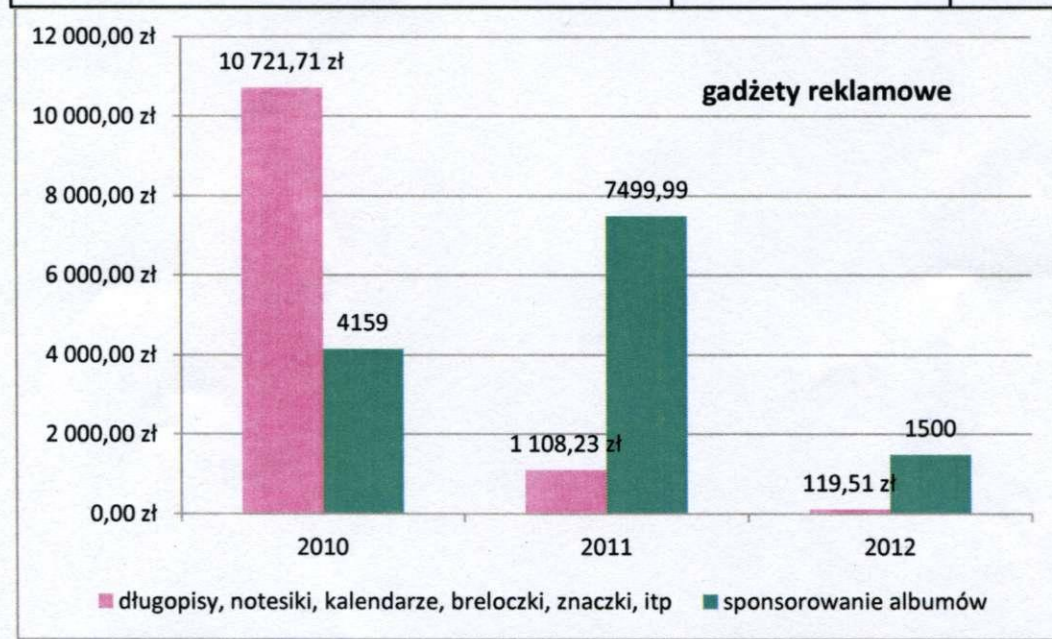
Analiza tych materiałów pozwala członkom Komisji wnioskować, że wymienione materiały posiadają inną ważną funkcję, niezapisaną w żadnym dokumencie strategicznym – promocję osoby wójta. Dodatkowo za wnioskiem takim przemawia fakt, iż wszystkie opisane materiały zostały zakupione w okresie przed wyborami samorządowymi: kalendarzyki zakupiono w grudzień 2009r., opłacono w styczniu 2010r., zaś notesiki i długopisy – bezpośrednio przed wyborami – we wrześniu

2010r.

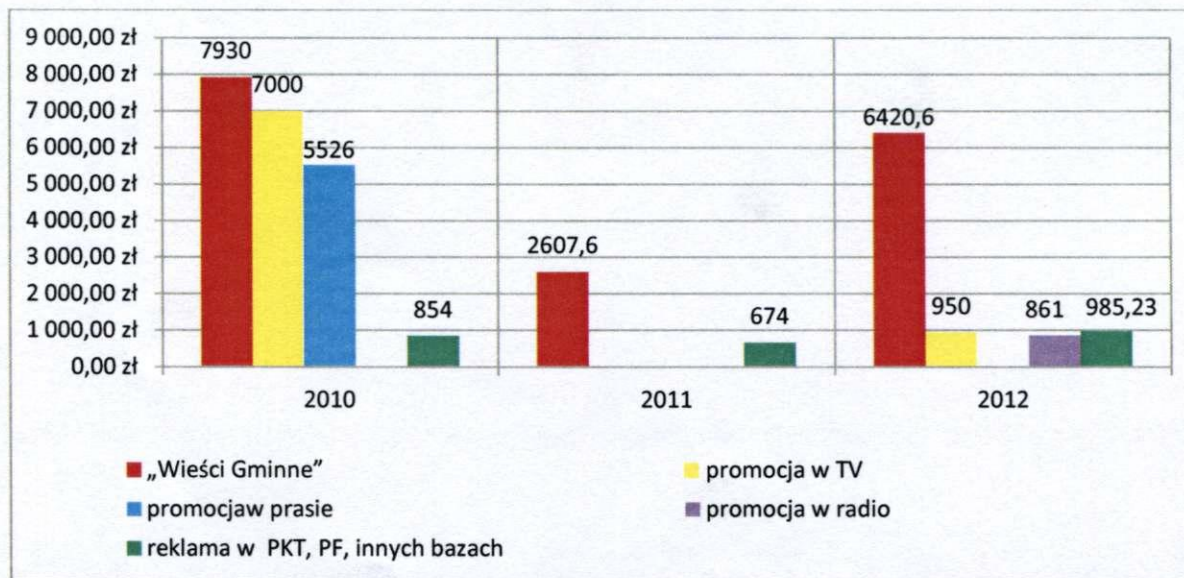
Analiza powyższych materiałów reklamowych pozwala członkom Komisji wnioskować, że gadżety miały służyć promocji osoby wójta.

W celu graficznego zobrazowania struktury wydatków na promocję gminy w latach 2010-2012 Komisja Rewizyjna dokonała subiektywnego podziału na różne grupy. Poniżej przedstawiono zestawienie wydatków na w formie tabel i wykresów.

Zestawienie 1. Gadżety reklamowe	2010	2011	2012
długopisy, notesiki, kalendarze, breloczki, znaczki, itp	1 0721,71 zł	1 108,23 zł	1 19,51 zł
sponsorowanie albumów	4 159,00 zł	7 499,99 zł	1 500,00 zł
suma	14 880,71 zł	8 608,22 zł	1 619,51 zł

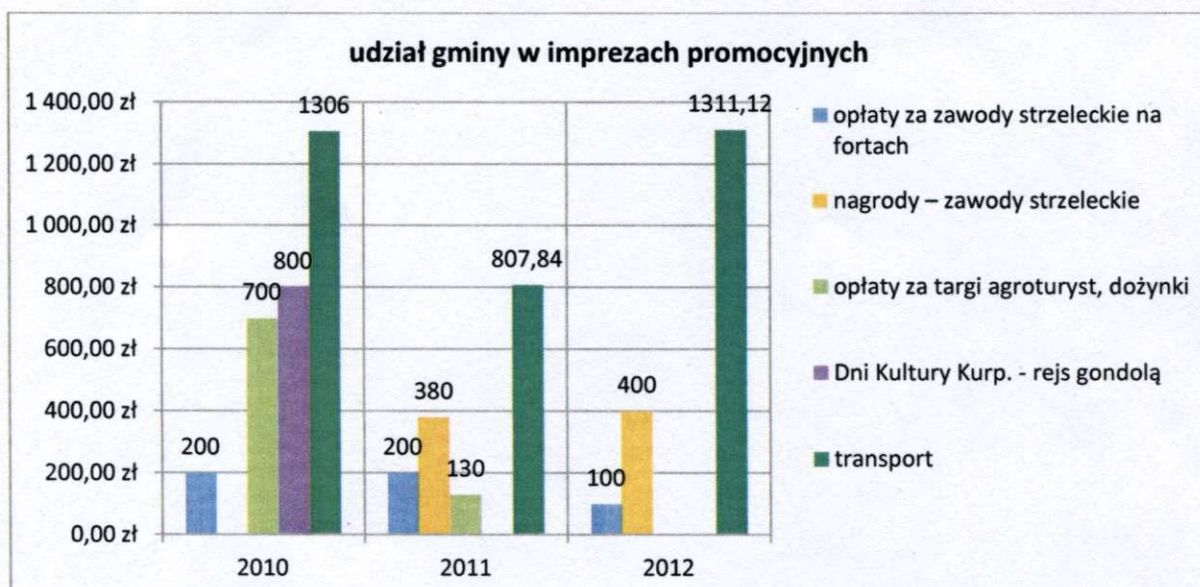


Zestawienie 2. Wydatki reklamowe i promocyjne w mediach	2010	2011	2012
„Wieści Gminne”	7 930,00 zł	2 607,60 zł	6 420,60 zł
promocja w TV	7 000,00 zł	0 zł	950,00 zł
promocja w prasie (Kontakty G. Współczesna)	5 526,00 zł	0 zł	0 zł
promocja w radio	0 zł	0 zł	861,00 zł
reklama w PKT, PF, innych bazach	854,00 zł	674,00 zł	985,23 zł
suma	21 310,00 zł	3 281,60 zł	9 216,83 zł



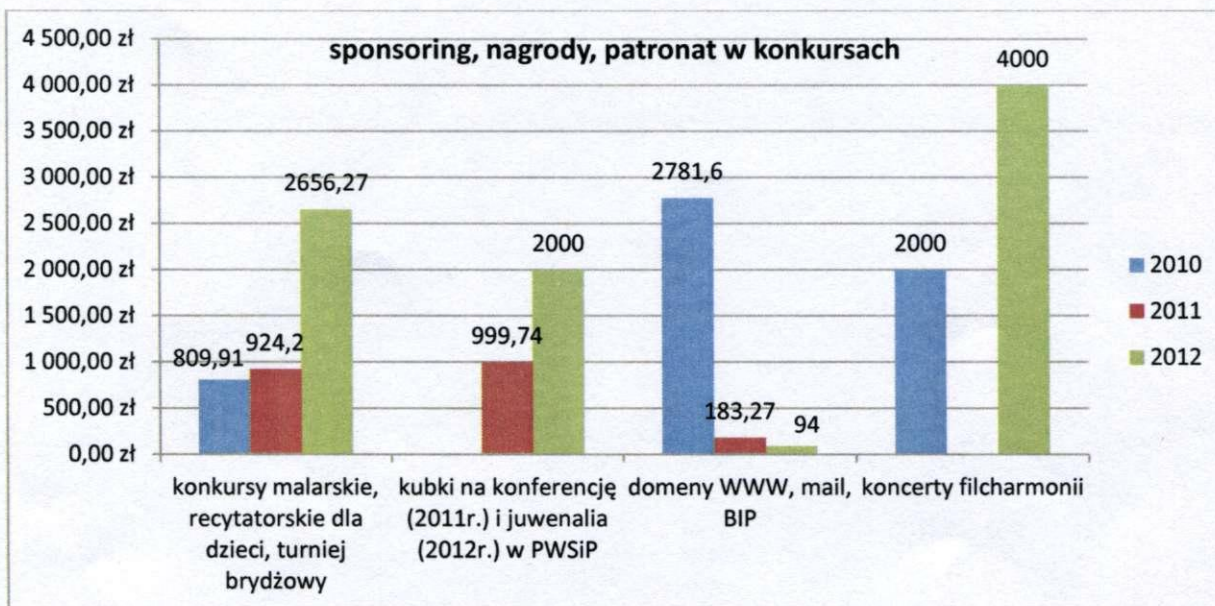
Zestawienie 3. Udział w imprezach promocyjnych

	2010	2011	2012
opłaty za zawody strzeleckie na fortach	200,00 zł	200,00 zł	100,00 zł
nagrody – zawody strzeleckie	0 zł	380,00 zł	400,00 zł
opłaty za targi agroturyst, dożynki	700,00 zł	130,00 zł	0 zł
Dni Kultury Kurp. - rejs gondolą	800,00 zł	0 zł	0 zł
transport	1 306,00 zł	8 07,84	1 311,12 zł
suma	3 006,00 zł	1 517,84	1 811,12 zł



Zestawienie 4. Sponsoring, nagrody, patronat w konkursach,

	2010	2011	2012
konkursy malarskie, recytatorskie dla dzieci, turniej brydżowy	809,91 zł	924,20 zł	2 656,27 zł
kubki na konferencję (2011r.) i juwenalia (2012r.) w PWSiP	0 zł	999,74 zł	2 000 zł
domeny WWW, mail, BIP	2 781,60 zł	183,27	94,00 zł
koncerty filharmonii	2 000,00 zł	0 zł	4000,00 zł
suma	5 591,51 zł	2 107,21 zł	8 750,27 zł



W związku z powyższym zaleca się co następuje:

Zalecenie 1. W związku z niezabezpieczeniem w Urzędzie Gminy kopii nagrań radiowych i telewizyjnych oraz w kilku przypadkach innych materiałów Komisja Rewizyjna zaleca dołożenia wszelkich starań, by archiwizować takie materiały w celu potwierdzenia wykonania usługi. Jedną z form zabezpieczenia prawa do archiwizacji jest umieszczenie go w umowie z wykonawcą.

Zalecenie 2. W związku z wyborami samorządowymi, które odbędą się w 2014 roku, Komisja Rewizyjna zwraca uwagę, by pieniądze publiczne pochodzące z budżetu gminy nie były związane z kampanią wyborczą żadnego z kandydatów.

Zalecenie 3. Komisja Rewizyjna oceniając, iż gazetka „Wieści Gminne” wykorzystywana jest głównie do celów promocyjnych osoby wójta, zwraca uwagę, by traktować je jako narzędzie przekazu informacji dla mieszkańców, w którym znajdować się będą treści związane z działaniem Urzędu Gminy, Rady Gminy, radnych, życiem mieszkańców gminy.

Zalecenie 4. Komisja Rewizyjna proponuje stworzyć Strategię Promocji Gminy, np. na lata 2014-2016, dokument oparty na innych dokumentach strategicznych gminy, powiatu, województwa. Celem strategii i promocji gminy byłby rozwój gospodarczy oraz podwyższanie jakości życia mieszkańców. Dokument ten mógłby zawierać takie dane jak:

- analiza dotychczasowej działalności promocyjnej
- kalendarz najważniejszych imprez kulturalnych i sportowych,
- ocenę atutów przyrodniczych, atutów infrastruktury technicznej, publicznej, produkcyjno-handlowo-usługowej
- określenie grup docelowych promocji (np. mieszkańcy, inwestorzy, turyści)
- propozycję spójnego wizerunku,
- katalog spójnych działań promocyjnych

POUCZENIE

Zgodnie z § 67 ust. 12 Statutu Gminy Łomża, kontrolowany jednostki ma prawo w ciągu 7 dni od daty otrzymania niniejszego protokołu, wnieść na ręce Przewodniczącego Komisji Rewizyjnej uwagi dotyczące kontroli i jej wyników.

Podpis kontrolowanego:

.....
.....

Podpisy Kontrolujących:

P. K. K. P.
M. B. K. P.
.....

.....
L. K. K. P.
.....

Data otrzymania protokołu:

..... 24 maj 2013r.

Do wiadomości: Przewodniczący Rady Gminy

.....

PRZEWODNICZĄCY RADY

Barbara Cybor

Protokolant: