



1
Protokół

z czynności kontrolnych dotyczących wydatków w zakresie promocji w 2021 r.

Data rozpoczęcia czynności kontrolnych : 01.09.2022 roku

Data zakończenia czynności kontrolnych : 09.01.2023 roku

Kierownik jednostki kontrolowanej: Burmistrz Mieroszowa - Pan Andrzej Lipiński

Adres kontrolowanej jednostki: Pl. Niepodległości 1, 58-350 Mieroszków

Komisja Rewizyjna oświadcza, że kontrola została przeprowadzona na podstawie upoważnienia wydanego przez Przewodniczącą Rady Miejskiej i została przeprowadzona zgodnie z § 49 ust.1 Statutu Gminy cyt.:

1. legalności,
2. gospodarności,
3. rzetelności,
4. celowości,
5. zgodności dokumentacji ze stanem faktycznym.

Jednym z podstawowych zadań samorządu gminnego jest jego promocja (art. 7 ust. 1 pkt 18 u.s.g.). Pojęcie promocji nie zostało zdefiniowane w żadnym akcie prawnym. Orzecznictwo sądów wskazuje, że promocja to zespół instrumentów, za pomocą których jednostka samorządu terytorialnego komunikuje się z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym, przekazuje informacje, podejmuje działania mające na celu zachęcenie określonych grup osób fizycznych i prawnych do aktywności ukierunkowanej tak, aby dawała efekty zmierzające do lepszej realizacji zadań gminy i potrzeb lokalnej społeczności.

Usługi promocyjne mogą być realizowane w sposób, który z punktu widzenia władz gminy samorządu terytorialnego przyczyni się do najefektywniejszego modelu oddziaływania zewnętrznego i wewnętrznego, tj. zarówno wśród mieszkańców danej gminy, jak i względem osób zewnętrznych np. turystów czy inwestorów.

Nie jest również wykluczone, aby promocja połączona była z realizacją innych zadań własnych, takich jak działalność edukacyjna (art. 7 ust. 1 pkt 8 u.s.g.), kulturalna (art. 7 ust. 1 pkt 9 u.s.g.) czy działalność z zakresu kultury fizycznej i turystyki (art. 7 ust. 1 pkt 10 u.s.g.).

Łączenie form promocji z innymi zadaniami własnymi jest trendem wśród jednostek samorządu terytorialnego, gdyż pozwala to w najefektywniejszy sposób oddziaływać na społeczność lokalną oraz zewnętrzną, a także na zaoszczędzenie kosztów.

Dobrze zaplanowane działania promocyjne, ich silne oddziaływanie zewnętrzne oraz wewnętrzne, stanowią drogę do sukcesu działań promocyjnych, tj. dostarczenia informacji, argumentów dla potencjalnych i obecnych odbiorców działań, wpływając tym samym na podejmowane przez nich decyzje – tj. skorzystanie z oferty gminy.

Działania te nie ograniczają się wyłącznie do sfery informacyjnej, ale również do sfery przypominania tj. utrwalania wiedzy, informowania o nowościach i przypominania o własnej ofercie.

Tak zakrojone cele promocji wywierają wpływ na dwa aspekty:

- cele ekonomiczne – wzrost zysków;
- cele społeczne – budowanie pozytywnego wizerunku w oczach odbiorców działań promocyjnych.

Główne cele działań promocyjnych gminy w aspekcie społecznym to w szczególności budowa jej wizerunku jako gminy przyjaznej, która pozwala rozwijać się szerokiemu gronu mieszkańców. Ponadto ważny jest również aspekt oddziaływania zewnętrznego tj. na mieszkańców pobliskich miejscowości, a także dalszych części kraju – potencjał turystyczny.

Ekonomiczne cele działalności promocyjnej polegają na bezpośrednim zwiększeniu wpływów do budżetu gminy w związku ze wzrostem jej atrakcyjności jako jednostki, która ma bogatą ofertę kulturalno-sportową, zapewniającą możliwość spędzania czasu wolnego.

Promocja gminy jako zadanie własne może stanowić przedmiot umowy z podmiotem zewnętrznym. Za zleceniem podmiotowi prywatnemu realizacji tego zadania przemawia wiele okoliczności, w tym wyposażenie podmiotu prywatnego w środki organizacyjno-techniczne umożliwiające zapewnienie skutecznej promocji. Know-how podmiotu prywatnego wraz ze znajomością rynku usług promocyjnych stanowią podstawowe argumenty przemawiające za wyborem właśnie tej formy, jako odpowiedniej do realizacji zadań z zakresu promocji samorządu.

W roku 2021 Gmina Mieroszów wydatkowała w zakresie promocji kwotę **86 035,21** PLN.

W ocenie Komisji Rewizyjnej nie wszystkie wydatki powinny znaleźć się w rozdziale 75075 - Promocja jednostek samorządu terytorialnego, gdyż nie spełniają warunków opisanych powyżej.

Poniższa tabela zawiera wydatki, które powinny być finansowane z innych działów budżetu.

L.p.	Cel wydatków	Kwota
1	Zakup kwiatów - organizacja rocznicy powstania AK	70,00 zł
2	Zakup kwiatów pod pomnik w zw. Dniem Żołnierzy Wyklętych	50,00 zł
3	Zakup wiązanek w związku z uroczystościami pogrzebowymi	170,00 zł

4	Organizacja obchodów Narodowego Dnia Pamięci Polaków ratujących Żydów pod okupacją niemiecką - zakup kwiatów	115,00 zł
5	Obchody Konstytucji 3 Maja - zakup kwiatów	60,00 zł
6	Zakup kwiatów na uroczystość wręczenia stypendiów	273,00 zł
7	Obchody Dnia Zwycięstwa i Dnia Bibliotekarza - zakup kwiatów	270,00 zł
8	Obchody rocznicy zwycięstwa pod Monte Cassino - zakup kwiatów	220,00 zł
9	Uroczyste powierzenie stanowiska Dyrektora PSP w Mieroszowie - zakup kwiatów	79,00 zł
10	Festiwal Góry Literatury - zakup kwiatów	120,00 zł
11	Obchody rocznicy Powstania Warszawskiego - zakup kwiatów	80,00 zł
12	Udział w obchodach 30 lecia spółki Zamek Książ - zakup kwiatów	120,00 zł
13	Festiwal Nie Tylko Gospel - zakup kwiatów	340,00 zł
14	Dzień Edukacji Narodowej - zakup kwiatów	50,00 zł
15	Święto Niepodległości - zakup kwiatów	70,00 zł
16	Obchody Dnia pracownika Socjalnego - zakup kwiatów	50,00 zł
17	Wykonanie banerów "Miejsca Postojowe" dla Sokołowska	116,36 zł
18	Wykonanie i montaż tablic informacyjnych dotyczących inwestycji z Rządowego Funduszu Inwestycji Lokalnych	9 963,00 zł
19	Wykonanie i montaż tablicy pamiątkowej z okazji 77 rocznicy bitwy pod Monte Cassino	2 238,60 zł
20	Wykonanie stołu i dwóch ławek do ustawienia na szlakach turystycznych	2 600,00 zł
21	Wynajem kabiny toaletowej - Kulturalna Czerwówka w Sokołowsku	500,00 zł
22	Montaż układu pomiarowego energii elektrycznej w bud. 55 Rybnica Leśna	1 500,00 zł
RAZEM:		19 054,96 zł

Komisja Rewizyjna stwierdza że, zlecenie obsługi medialnej profesjonalnej firmie jest działaniem w dobrym kierunku.

W ocenie Komisji Rewizyjnej promocja gminy najczęściej jest jedynie realizacją schematycznych zadań, uzupełnianych przez doraźne działania promocyjne, które nie przekładają się na efektywną promocję na podstawie przemyślanej strategii. Wydatki planowane są raczej na podstawie

budżetów z lat wcześniejszych, niż na podstawie rzeczowych analiz potrzeb promocyjnych. Brakuje systemu ewaluacji działań, skutkiem czego nie wiemy nawet, czy i w jakim stopniu wydane pieniądze przyczyniają się do budowania pozytywnego wizerunku gminy.

Komisja Rewizyjna wnioskuje o opracowanie i wdrożenie Strategii Promocji Gminy Mioszów.

Na tym protokół zakończono i podpisano :

1. Mariusz Mync *Mync*
2. Małgorzata Czachor *Czachor*
3. Kazimierz Radwański *Radwański*
4. Bogdan Sarnecki *Sarnecki*
5. Wiesław Wielgus *nb.*

Podpis (data) kierownika jednostki kontrolowanej *10.01.2013* **PRZEMISŁ TRZ**

Andrzej Lipiński