

*Rodni samy*  
*22804206*

Wpł. 2016 -04- 28

Nr 313

**Protokół kontroli komisji rewizyjnej rady miejskiej w Kłodzku z kontroli problemowej promocji miasta Kłodzka w 2015 roku**

**Komisja rewizyjna przeanalizowała dochody i wydatki w dziale „turystyka” w ujęciu wieloletnim. (zestawienie poniżej).**

**Kontrola realizacji zadań związanych z promocją Miasta Kłodzka**

**Dochody i wydatki w dziale turystyka (DZ. 630)**

**Zadania w zakresie upowszechniania turystyki**

rok budż	dochody	wydatki	2/3
1	2	3	4
2009	973 526,00	2 958 537,00	0,32
2010	1 239 780,00	1 815 250,00	0,68
2011	1 396 780,00	979 495,00	1,42
2012	995 092,00	620 770,00	1,6
2013	407 719,00	496 444,00	0,82
2014	451 555,00	556 045,00	0,81
2015	344 088,00	426 491,00	0,8
2016*	328 500,00	450 009,00	0,72
<b>Razem</b>	<b>6 137 040,00</b>	<b>8 303 041,00</b>	<b>0,74</b>

\*- plan

Dodatkową pozycją w kosztach promocji gminy jest promocja jednostek samorządu terytorialnego dz. 750 (administracja publiczna) rozdz. 75 075

lp	Rok budż	Kwota wyd.
1	2009	577 657,00
2	2010	106 296,00
3	2011	---
4	2012	---
5	2013	---
6	2014	---
7	2015	140 016,00
8	2016	---
9	<i>Suma</i>	<b>823 968,00</b>

Pobieżna analiza wpływów w dziale turystyka (zadania z zakresu upowszechniania turystyki) wskazuje iż relacja wpływów z tego tytułu do wydatków w okresie siedmioletnim kształtuje się na poziomie 0,72 %, a w wymiarze finansowym przewaga wydatków nad przychodami wynosi 2 166 001 złotych, a wliczywszy wydatki na promocję jednostek samorządu terytorialnego w analogicznym okresie, uzyskamy sumę ok. 3 mln. złotych stanowiącą „czysty” koszt budżetu gminy miejskiej Kłodzko, nie rekompensowany innymi przychodami, finansowany z dochodów własnych miasta. Zdaniem komisji rewizyjnej potencjał turystyczny i atrakcyjność Kłodzka winna być stymulatorem przychodów zarówno w dziale *turystyka*, w

tym przychodów z twierdzy kłodzkiej, jak też stymulować wzrost dochodów z tytułu podatków, należnych gminie.

Należy zatem dokonać analizy efektywności wydatków na zadania w rozdziale *zadania w zakresie upowszechniania turystyki i promocja jednostek samorządu terytorialnego*, ustalając kryteria oceny nakładów na promocję turystyczną do efektywności działań w tym zakresie.

W przedmiocie promocji gospodarczej oferta Kłodzka związana jest prowadzonymi przez gminę działaniami planistyczno-urbanistycznymi, które w latach 2008 - 2014 nie odpowiadały zapotrzebowaniu oraz tendencjom rozwojowym w gospodarce miasta, kraju i regionu. Oferta gospodarcza miasta Kłodzka jest nie wystarczająca, niespójna z pozostałymi walorami kulturowo-przyrodniczymi regionu.

Komisja, na podstawie dokumentów, sprawozdań dokonała oceny sezonu turystycznego 2015 w mieście Kłodzku pod względem efektów promocyjnych i finansowych oraz realizacji zadań promocyjnych w roku budżetowym 2015, w kontekście całokształtu zadań gminy w tym w szczególności w aspekcie dochodowym budżetu Kłodzka.

**Na podstawie dokumentów i sprawozdań budżetowych komisja przeanalizowała:**

1.2. Efektywność nakładów budżetowych na promocję w relacji do uzyskanych przychodów, w szczególności przychodów z Twierdzy Kłodzkiej.

1.3. Oferta gospodarcza i turystyczna Miasta – jej aktualność i efektywność .

1.4. Zadania promocji miasta realizowane przez jednostki organizacyjne gminy miejskiej Kłodzko (statuty, regulaminy wewnętrzne jednostek).

1.5. Ocena realizacji zadań promocyjnych przez stowarzyszenia i kluby sportowe wspierane finansowo przez gminę miejską Kłodzko (informowanie o pozyskanych dotacjach z budżetu miasta Kłodzka). (analiza dokumentów).

**Ad. 1.2. Efektywność nakładów budżetowych na promocję w relacji do uzyskanych przychodów, w szczególności przychodów z Twierdzy Kłodzkiej.**

Przychody z twierdzy to głównie trzy pozycje: sprzedaż biletów, przychody z tytułu najmu i dzierżawy oraz przychody z parkingu przy ul. Czeskiej. Koszty nie obejmują kosztów ogólnego zarządu, dlatego wynik finansowy jest dodatni i tak np. w 2014 roku wynosił 640 tys. zł, w 2015 roku 800 tys. zł, a w planie na 2016 rok jest 770 tys. zł. Promocja to sprzedaż biletów i tak np. w 2014 roku to suma 1 mln 800 tys. zł, a w 2016 planuje się 1 mln 900 tys. zł. Jeżeli chodzi o samą twierdzę, to jest na plusie, trzeba do tego doliczyć koszty ogólnego zarządzania.

**Wnioski odnośnie twierdzy kłodzkiej:**

1.2.2. Komisja rewizyjna wnosi o udzielenie informacji o wysokości kosztów ogólnego zarządu w roku 2015 w relacji do przychodów z twierdzy.

1.2.3. Komisja rewizyjna wnosi, o opracowanie programu promocji, rewitalizacji twierdzy z oszacowaniem stałych nakładów łącznie z bieżącymi nakładami remonty i utrzymanie obiektu.

Komisja rewizyjna wnosi o zróżnicowanie oferty turystycznej z uwzględnieniem oddzielnego wejścia na punkt widokowy bez konieczności zwiedzania całego obiektu oraz rozważenie możliwości opracowania nowych tras dla przewodników spoza stałej obsługi twierdzy, posiadających stosowne uprawnienia wejścia na punkt widokowy bez angażowania pracownika.

**Oferta gospodarcza i turystyczna Miasta**

## **2. Oferta turystyczna i gospodarcza Kłodzka – jej aktualność i efektywność.**

2.1. Na stronach [www.klodzko.pl](http://www.klodzko.pl)

### **2.1.1. Promocja turystyczna:**

- informacje podstawowe, noclegi, atrakcje, wyżywienie, wirtualne wycieczki, kamery etc. w miarę aktualne (drobne błędy literówki itp.);
- aplikacja mobilna - dobre prezentacje atrakcji, jedynie dwie trasy, mało aktualności i wydarzeń, dobra geolokalizacja;
- wydarzenia kulturalne na bieżąco na stronach KCKSiR i Informacji Turystycznej,
- **efektywność** - wzrost liczby turystów w Kłodzku jest nieduży, przymamniej jeżeli chodzi o dane dotyczące Twierdzy Kłodzkiej wzrosty są rzędu 2-3% rocznie. Należy przyjąć, że osiągnęliśmy lub w najbliższym czasie osiągniemy nasycenie turystami odwiedzającymi Kłodzko i nawet przy znacznie zwiększonych nakładach efekt wzrostu frekwencji może nie być widoczny.

**Komisja ocenia promocję turystyczną w Internecie jako dobrą.**

### **2.1.2. Promocja gospodarcza:**

- Profil gospodarczy, w tym ład przestrzenny, statystyka gospodarcza i statystyka ludności aktualne na 2013 r.,
- Raport o stanie miasta aktualny na 2014 r.
- Inne informacje to: fundusze EU (ogólny opis), zapytania ofertowe (błąd 404) i organizacje pozarządowe.

Informacje są suche, bardziej statystyczne niż reklamowe, raczej nie spełniają zadania przyciągnięcia inwestora ale całość sprawia poprawne wrażenie.

## **2.2. Informacja Wydziału Rozwoju Miasta n/t działań w zakresie rozwoju gospodarczego i turystyki:**

- trwają prace nad Gminnym Programem Rewitalizacji na 2016-2020,
- Festiwal Wrażeń - promocja Twierdzy i Podziemnej Trasy Turystycznej w ramach projektu EU, około 80 tys. EUR dla Kłodzka;
- Singletrack Glacensis - trasy rowerowe w euroregionie, promocja turystyki rowerowej i rozwój ścieżek;
- Ścieżka historyczna w obrębie TK, działanie 4.3 ponad 3 mln EUR, pierwszy etap 4 mln PLN;
- Ograniczenie emisji zanieczyszczeń i hałasu - głównie budowa parkingów mająca na celu ograniczenie ruchu samochodowego w centrum miasta.

### **Inne projekty WRM:**

- prowadzenie i rozwój bieżących serwisów internetowych,
- aplikacja mobilna,
- materiały promocyjne,
- współpraca z Dolnośląską Organizacją Turystyczną,
- Forum Tradycji,
- „Filmowy Kanał Młynówki”.

## **W ramach zadań związanych szeroko rozumianą przedsiębiorczością i gospodarką WRM prowadzi:**

- rozwój przedsiębiorczości poprzez uporządkowanie i przygotowanie terenów inwestycyjnych,
- rewitalizacja zdegradowanych obiektów i przestrzeni w zabytkowym centrum Kłodzka,
- Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Kłodzka (II etap projektu);

- Miejscowe Plany Zagospodarowania Płd. Zach. części Kłodzka, ulic Noworudzka – Półwiejska - Nowy Świat;
- przy rzece Nysie Kłodzkiej, Dusznicka – Kościuszki - Boh. Getta – Korczaka – Wielisławska - Objazdowa.

**Uwagi końcowe:**

O ile widać wyraźne i jednoznacznie skierowane działania w turystyce – Twierdza Kłodzka, Podziemna Trasa Turystyczna, Centrum Miasta, podziemia, wybrane atrakcje, stałe imprezy, o tyle od lat nie ma pomysłu na promocję gospodarczą i przyciągnięcie inwestorów. Jedną z przyczyn jest brak aktualnych miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego (nadzieje w obecnych opracowaniach) oraz brak systemowego wsparcia (poza jednostkowymi, jednorazowymi ulgami finansowymi) dla lokalnych podmiotów jak i firm zewnętrznych. Polityka gospodarcza Kłodzka nie jest zdefiniowana, a jej efektywność zależy od przypadkowych inwestycji zewnętrznych.

**Ocena realizacji zadań promocyjnych przez stowarzyszenia i kluby sportowe wspierane finansowo przez gminę miejską Kłodzko (informowanie o pozyskanych dotacjach z budżetu miasta Kłodzka).**

Kluby sportowe umieszczają swoje logo na koszulkach, stronach internetowych, na hali sportowej, a w prasie pojawiają się podziękowania za wsparcie.

Z analizy sprawozdań klubów sportowych z wykonania zadań wspieranych przez gminę miejską Kłodzko wynika, że kluby wydają znaczne środki na usługi sekretarskie i księgowo, tak np. w Kubie MKS „Nysa” wydano na te cele w roku 2015 łącznie 21 tys. zł. Mniejsze kluby wydają większość środków na sprzęt, na trenerów.

**Wnioski końcowe:**

**W zakresie promocji samorządu miasta Kłodzka i jego jednostek organizacyjnych Komisja uznaje za konieczne:**

1. Zamieszczanie w publikacjach i materiałach informacyjno-promocyjnych publicznych instytucji Kultury miasta Kłodzka informacji: **Publikacja wydana ze środków publicznej instytucji kultury (tu nawa instytucji) finansowanej z budżetu Gminy Miejskiej Kłodzko.**
2. **Umieszczenie w widocznym miejscu na budynkach miejskich instytucji, spółek herbu miasta z odpowiednią adnotacją**, informującą, iż instytucja ta jest finansowana z budżetu gminy miejskiej Kłodzko, bądź jest jej własnością (w przypadku spółek).
3. Analizę możliwości promocji miasta przez jednostki organizacyjne Gminy oraz umieszczenie w statutach tych jednostek, w szczególności instytucji kultury i spółek miejskich zadań związanych z promocją miasta, odpowiednio do zakresu działalności danej instytucji.
4. **Utworzenie działu historii najnowszej miasta w Muzeum Ziemi Kłodzkiej** w celu dokumentacji osiągnięć, działalności mieszkańców stowarzyszeń oraz instytucji w

mieście Kłodzku, jak również nawiązanie kontaktów z wydziałami uczelni wyższych realizujących badania historyczne, w celu wspierania badań dotyczących najnowszej historii miasta Kłodzka i jego mieszkańców.

5. Podjęcie działań zmierzających do upublicznienia zasobów archiwalnych, dokumentów i pamiątek historycznych dotyczących historii, życia gospodarczego, społecznego i kulturalnego naszego miasta w Internecie.
  
6. **Opracowanie strategii promocji gospodarczej i turystyczno-kulturalnej gminy miejskiej Kłodzko, z uwzględnieniem:**
  - wspólnych przedsięwzięć promocyjnych Stowarzyszenia Gmin Ziemi Kłodzkiej i Stowarzyszenia Gmin Polskich Euroregionu „Glacensis”, ze szczególnym uwzględnieniem promocji na rynku czeskim;
  - udział w targach promocyjnych na rynku czeskim (Regiontour Brno), imprezach targowych w Poznaniu i Warszawie, targach nieruchomości.
  - opracowanie mierników skuteczności działań promocyjnych oraz ich ewaluacji, z uwzględnieniem wpływów i korzyści wizerunkowych i budżetowych.
  
7. **Konieczne jest stałe zapewnienie ulotnych materiałów promocyjnych,** dostępnych w punktach promocji, jednostkach kultury i miejscach najczęściej odwiedzanych przez turystów. Rocznie powinno być do bezpłatnej dystrybucji przynajmniej 12 tys. sztuk folderów z całościową ofertą turystyczną miasta.

**Przewodniczący Komisji  
Rewizyjnej**

**Adam Kwias**

Pani **Aneta Łosiewicz** –z-ca przewodniczącego komisji..... *Łosiewicz*

Pan **Jacek Banecki** – członek komisji..... *Banecki*

Pan **Tomasz Karolczak** – członek komisji..... *Karolczak*

Pan **Wojciech Łyszkiewicz** – członek komisji..... *Łyszkiewicz*

Pani **Anna Karolczak** – członek komisji..... *Karolczak*

Pani **Elżbieta Śledź** – członek komisji..... *Śledź*