

Miliony na sponsoring, doradztwo i usługi medialne!

26 listopada 2018

Najwyższa Izba Kontroli (NIK) przyjrzała się temu jak spółki Skarbu Państwa (m.in. PGE, Orlen czy PKP) wydają pieniądze na sponsoring, doradztwo i usługi medialne. Okazało się, że w okresie od początku 2015 do końca pierwszej połowy 2017 roku 20 skontrolowanych spółek na wspomniane cele wydało łącznie 1 mld 658 mln zł! To oznacza, że na m.in. napisy na koszulkach piłkarzy, reklamy w prorządowych gazetach oraz szeroko pojęte „doradztwo” przez 2,5 roku przelewano KAŻDEGO DNIA ponad 1,8 MLN Zł! Tak było, gdy rządziła PO. Tak jest, gdy rządzi PiS.

Wydatki na cele promocyjne (sponsoring i reklamy) oraz na zakup usług doradczych (konsultingowych, eksperckich) stanowią nieraz stałą pozycję w kosztach prowadzenia działalności gospodarczej wielu spółek kontrolowanych przez Skarb Państwa. W tego rodzaju działalności nie ma nic złego, o ile nie ucierpi interes publiczny. A to może nastąpić, gdy państwowe spółki poprzez sponsoring i reklamy nie osiągną wymiernych efektów promocyjno-wizerunkowych, lub gdy korzystanie z usług konsultingowych jest niecelowe i nieefektywne.

Najwyższa Izba Kontroli (NIK) postanowiła sprawdzić jak państwowe spółki wydają pieniądze na sponsoring, doradztwo i usługi medialne. Pod lupę wzięła 20 spółek, w których Skarb Państwa ma swoje udziały (PGE, Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych, Bank Pocztowy, Lotos, Lotos Petrobaltic, Energa, Tauron, JSW, Zakłady Azotowe Puławy, Grupa Azoty, Tauron Sprzedaż, Zakłady Azotowe Kędzierzyn, Enea, Zarząd Morskich Portów Szczecin i Świnoujście, Zakłady Chemiczne Police, PKP, GPW, Orlen, Dolnośląskie Zakłady Usługowo Produkcyjne „Dozamel” oraz Wałbrzyskie Zakłady Koksownicze „Victoria”).

Okazało się, że w okresie od początku 2015 roku do końca pierwszej połowy 2017 roku, aż 19 spośród 20 skontrolowanych spółek przeznaczyło na sponsoring 760,1 mln zł, a wraz z darowiznami i mecenatem wydało prawie 896 mln zł.

Z ustaleń kontroli wynika, że w 12 spółkach nie przestrzegano własnych regulacji związanych z działalnością sponsoringową. Najważniejsze nieprawidłowości to sponsorowanie podmiotów, przedsięwzięć lub obiektów pomimo ujemnego wyniku finansowego (pięć spółek) lub bez umieszczenia zadań w planie przedsięwzięć sponsoringowych (cztery spółki), a także zlecanie usług bez oszacowania wartości zamówienia, wybór ich wykonawcy z pominięciem zasad określonych wewnętrznymi przepisami czy nieprawidłowe przeprowadzenie postępowania.

W przypadku usług doradczych łączne wydatki 20 skontrolowanych spółek w badanym okresie wyniosły blisko 462 mln zł. Były to zarówno wydatki na usługi prawne o charakterze stałym (stała obsługa prawna), jak i doraźnym, a także usługi doradztwa podatkowego, technicznego, finansowego, prowadzenie windykacji należności w szczególnie skomplikowanych sprawach itp.

Z kolei na zakupy usług medialnych, obejmujących nie tylko kampanie reklamowe czy emisję spotów, ale także np. ogłoszenia, komunikaty i artykuły informacyjne, skontrolowane spółki wydały łącznie ponad 300 mln zł.

Jeśli zliczyć wszystkie wydatki na sponsoring, mecenat, darowizny, usługi doradcze i medialne jakie wspomniane 20 spółek przeznaczyło w okresie od początku 2015 do końca pierwszej połowy 2017 roku, to okaże się, że na wyżej wymienione cele wydano łącznie 1 mld 658 mln zł. To oznacza, że m.in. na napisy na koszulkach piłkarzy, reklamy w prorządowych gazetach oraz szeroko pojęte „doradztwo” każdego dnia w tym okresie przelewano po ponad 1,8 mln zł!

Należy pamiętać, że kontrola objęła tylko 20 spółek z udziałami Skarbu Państwa. W tym kontekście ciekawe jest to,

jakie pieniądze na wspomniane cele są wydawane przez wszystkie spółki państwowe (których w skali kraju jest ponad 400)?

Na podstawie: NIK.gov.pl

Źródło: Niewygodne.info.pl