

UCHWAŁA Nr 20/221/2019
ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO
z dnia 14 lutego 2019 r.

w sprawie zmian w budżecie Województwa Podlaskiego na 2019 r.

Na podstawie art. 41 ust. 1 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2018 r., poz. 913 z późn. zm.¹), art. 257 pkt 1 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2077 z późn. zm.²) oraz § 12 pkt 4 uchwały nr V/32/19 Sejmiku Województwa Podlaskiego z dnia 21 stycznia 2019 r. w sprawie uchwalenia budżetu województwa podlaskiego na rok 2019 uchwała się, co następuje:

§ 1. Dokonuje się zmian w planie wydatków budżetu zgodnie z załącznikiem Nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 2. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

¹ Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w: Dz. U. z 2018 r. poz. 1000, poz. 1432, poz. 2500

² Zmiany wymienionej ustawy zostały ogłoszone w: Dz. U. z 2018 r. poz. 62, poz. 1000, poz. 1366, poz. 1693, poz. 1669, poz. 1693, poz. 2500, poz. 2354

UZASADNIENIE

Rozdysponowano część rezerwy ogólnej 1.500.000 zł, z przeznaczeniem na zwiększenie wydatków w rozdziale 75075, § 4300 związane z promocją województwa podlaskiego w ramach przedsięwzięć organizowanych przez podmioty zewnętrzne.

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz.U. z 2018 r. poz. 913, 1000, 1432, 2500) w art. 11 ust. 2 pkt 8 wskazuje, iż Samorząd województwa prowadzi politykę rozwoju, na którą składa się promocja walorów i możliwości rozwojowych województwa.

Wśród szeregu działań podejmowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, których celem jest realizacja powołanego wyżej zapisu, znajduje się m.in. promocja regionu w ramach inicjatyw podejmowanych przez podmioty zewnętrzne. Badania opinii publicznej przeprowadzone sukcesywnie na zlecenie UMWP na terenie Polski dowodzą, iż produkty i wydarzenia powstające w województwie są utożsamiane z Podlaskiem w marginalnym stopniu. Powyższa konstatacja odnosi się w niemal równym stopniu do Podlasian, jak i mieszkańców pozostałych części kraju. Oznacza to, iż w praktyce nie dochodzi do wytworzenia pożądanego efektu synergii, a więc promocji województwa poprzez przedsięwzięcia i produkty powstające na jego terenie.

Zaangażowanie Województwa w inicjatywy regionalne ma służyć zmianie tego stanu rzeczy poprzez budowanie powiązania przedsięwzięć z miejscem ich powstawania, tj. województwem podlaskim. W rezultacie Podlasianie oraz osoby spoza Podlaskiego, uczestnicząc w regionalnych wydarzeniach, w naturalny sposób staną się ambasadorami marki regionalnej.

W myśl zasady „od produktu do wizerunku”, zgodnie z którą prowadzone są działania promocyjne, propagowanie oraz uczestnictwo Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego w przedsięwzięciach realizowanych na terenie regionu powinno trwać nieprzerwanie. Dzięki temu możliwe stanie się wytworzenie w odbiorcach poczucia ciągłego zaangażowania Samorządu w inicjatywy odbywające się na terenie Podlaskiego oraz skuteczne budowanie tożsamości regionalnej.

Duża liczba przedsięwzięć organizowanych na terenie regionu oraz powoływanie nowych inicjatyw, uniemożliwiają stworzenie zamkniętej liczby przedsięwzięć, w ramach których promowane będzie województwo podlaskie. Z tej przyczyny promocja województwa w ramach wydarzeń regionalnych powinna wynikać z trzech zasadniczych kryteriów zdefiniowanych w Zasadach komunikacji marki województwa podlaskiego, przyjętych przez Zarząd Województwa w roku 2015:

- 1) stopnia, w jakim istniejące wydarzenia zakorzeniły się w świadomości odbiorców,
- 2) zbieżności danej inicjatywy z pozycjonowaniem marki województwa podlaskiego,
- 3) zgodności z trendami rozwojowymi województwa.

Stosowanie się do powyższych kryteriów pozwoli wyłonić przedsięwzięcia, które w najwyższym stopniu umożliwić będą budowę marki regionalnej.

Przybliżony koszt realizacji działań promocyjnych województwa podczas przedsięwzięć odbywających się na terenie regionu należy szacować na kwotę ok. **1 500 000,00 zł**. Wskazana wartość obejmuje w szczególności koszt ekspozycji logo województwa podczas inicjatyw regionalnych, emisję audiowizualnych treści promocyjnych oraz dystrybucję materiałów dostarczonych przez UMWP.

Tabela 2: Planowane wydatki

Dział	Rozdział	§	Treść	Przed zmianą	Zmiana	w tym			Po zmianie
						Wyd. związane z realizacją zadań z zakresu adm. rządowej i innych zleconych jest odrębnymi ustawami	Wyd. związane z realizacją zadań wykonywanych na mocy porozumień z organami adm. rządowej	Wyd. związane z realizacją zadań w drodze umów lub porozumień między jest	
750			Administracja publiczna	77 044 380	1 500 000				78 544 380
	75075		Promocja jednostek samorządu terytorialnego	2 000 000	1 500 000				3 500 000
		4300	Zakup usług pozostałych	1 839 800	1 500 000				3 339 800
758			Różne rozliczenia	13 922 911	-1 500 000				12 422 911
	75818		Rezerwy ogólne i celowe	13 922 911	-1 500 000				12 422 911
		4810	Rezerwy	13 922 911	-1 500 000				12 422 911
	Razem:			872 748 809	0				872 748 809