RP.63.13.2026

Gdańsk, dnia 10 marca 2026 r.

Pan
Tomasz Litwin
Starosta Powiatu Lęborskiego
ul. Czołgistów 5
84 – 300 Lębork

Szanowny Panie Starosto,

wnioskiem z dnia 24 lutego 2026 r., doręczonym do Regionalnej Izby Obrachunkowej w Gdańsku w tożsamej dacie, zwrócił się z Pan z prośbą o zajęcie stanowiska w sprawie dopuszczalności zawarcia przez Starostwo Powiatowe w Lęborku umów sponsoringowych z podmiotami prywatnymi, którzy w zamian za promocję swojej marki zobowiązują się do zapłaty określonej kwoty pieniężnej na rzecz Powiatu Lęborskiego. W wyżej powołanym piśmie sformułowano również pytanie dotyczące konieczności dokonania wyboru „sponsora" w oparciu o przepisy ustawy z dnia 11 września 2019 r. – *Prawo zamówień publicznych* (tekst jednolity: Dz.U. z 2024 r. poz. 1320 z późn. zm.) oraz dotyczące klasyfikacji budżetowej dochodów pochodzących z tytułu zawarcia tego typu umowy.

Odnosząc się do problematyki poruszonej w Pana piśmie, w ocenie tut. Izby, we wstępie zasadnym pozostaje odwołanie się do treści art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. *o samorządzie powiatowym* (tekst jednolity: Dz. U. z 2025 r. poz. 1684). Z przepisu tego wprost wynika, że do kompetencji powiatu należy wykonywanie **określonych ustawami zadań publicznych**. Katalog zadań publicznych, o których mowa w wyżej powołanym art. 2 ust. 1 ustawy *o samorządzie powiatowym* został określony w art. 4 tej ustawy na zasadzie katalogu zamkniętego. W art. 6 ust. 2 ww. ustawy jednocześnie zastrzeżono, że *powiat nie może prowadzić działalności gospodarczej wykraczającej poza zadania o charakterze użyteczności publicznej*. W tym miejscu wskazać należy, że tut. Izba zgadza się z poglądem Regionalnej Izby Obrachunkowej w Kielcach wyrażonym w piśmie z dnia 5 grudnia 2023 r. (WI.54.61.2023), zgodnie z którym świadczenie usług sponsoringu, których celem jest podniesienie renomy sponsora i zwiększenie jego popularności na rynku lokalnym wykracza poza zadania użyteczności publicznej.

Na podobnym stanowisku stanęło również Kolegium Regionalnej Izby Obrachunkowej we Wrocławiu w uchwale nr 2/2015 z dnia 13 stycznia 2015 r. *w sprawie stwierdzenia niezgodności z prawem części uchwały nr III/12/14 Rady Miejskiej w Świdnicy z dnia 16 grudnia 2014 r. w sprawie zmiany budżet*u. W uchwale tej Kolegium Regionalnej Izby

Regionalna Izba Obrachunkowa w Gdańsku
ul. Wały Jagiellońskie 36, 80-853 Gdańsk
tel: (58) 301-86-45, fax: (58) 346-25-15
NIP 583-21-22-408 REGON 190134954
✉ gdansk@rio.gov.pl www.bip.gdansk.rio.gov.pl

Obrachunkowej we Wrocławiu zwróciło uwagę, że umowa sponsoringu jest umową nienazwaną, a więc umową, która nie został uregulowana przepisami ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. *Kodeks cywilny* (tekst jednolity: Dz. U. z 2025 r. poz. 1071 z późn.zm.), mogąca występować w obrocie gospodarczym dzięki obowiązywaniu w polskim prawie cywilnym zasady swobody zawierania i kształtowania umów. W ww. uchwale wyjaśniono również, że *sponsoring oznacza odpłatne przysporzenie majątkowe wyrażające się w pieniądzach, rzeczach lub usługach dokonywanych przez określony podmiot gospodarczy (sponsora) na rzecz wybranej osoby fizycznej, organizacji, instytucji lub innej struktury prawnej (sponsorowanego). Celem tego przysporzenia jest dokonanie przez sponsorowanego czynności wskazanych w umowie sponsoringu zmierzających do utrwalenia lub spotęgowania renomy sponsora, do wzrostu jego popularności w określonym środowisku społecznym i do zwiększenia jego zysków (...).* Stwierdzono ponadto, że sponsoring jest narzędziem komunikacji sponsora z określoną grupą odbiorców, za pośrednictwem sponsorowanego oraz że celem sponsorowania jest kształtowanie wizerunku sponsora, jego pozytywnego postrzegania przez odbiorców, wzrost społecznego prestiżu.

Mając powyższe na względzie zgodzić się zatem należy z poglądem, że działalność jednostki samorządu terytorialnego polegająca na świadczeniu usług sponsoringu, którego celem jest podniesienie renomy sponsora, poprawa lub zmiana jego wizerunku, zwiększenie jego popularności, wykracza poza zadania o charakterze użyteczności publicznej.

Ponadto zwrócić uwagę należy, że w świetle przepisów ustawy z dnia 1 października 2024 r. *o dochodach jednostek samorządu terytorialnego* (brzmienie pierwotne: Dz.U. z 2024 r. poz. 1572 z późn. zm.) dochody pochodzące z umów sponsoringu nie mieszczą się w katalogu dochodów jednostki samorządu terytorialnego. Stosownie do przepisu art. 3 ust. 1 ww. ustawy dochodami jednostek samorządu terytorialnego są bowiem: dochody własne; subwencja ogólna; dotacje celowe z budżetu państwa. Dochodami własnymi jednostek samorządu terytorialnego w rozumieniu ww. ustawy są również dochody z tytułu udziału w podatku dochodowym od osób fizycznych oraz podatku dochodowym od osób prawnych (art. 4 ust. 2 tej ustawy). Dochodami jednostek samorządu terytorialnego mogą być także: środki pochodzące ze źródeł zagranicznych niepodlegające zwrotowi; środki pochodzące z budżetu Unii Europejskiej oraz inne środki, jeżeli odrębne przepisy tak stanowią (art. 4 ust. 3 ww. ustawy).

Stosownie natomiast do treści art. 6 ustawy o *dochodach jednostek samorządu terytorialnego* źródłami dochodów własnych powiatu są:

1) *wpływy z opłat stanowiących dochody powiatu na podstawie odrębnych przepisów;*
2) *dochody uzyskiwane przez powiatowe jednostki budżetowe oraz wpłaty od powiatowych zakładów budżetowych;*
3) *dochody z majątku powiatu;*
4) *spadki, zapisy i darowizny na rzecz powiatu;*
5) *kary pieniężne i grzywny, jeżeli odrębne przepisy tak stanowią;*
6) *5,0 % dochodów uzyskiwanych na rzecz budżetu państwa w związku z realizacją zadań z zakresu administracji rządowej oraz innych zadań zleconych ustawami, o ile odrębne przepisy nie stanowią inaczej;*
7) *odsetki od pożyczek udzielanych przez powiat, o ile odrębne przepisy nie stanowią inaczej;*

8) odsetki od nieterminowo przekazywanych należności stanowiących dochody powiatu;
9) odsetki od środków finansowych gromadzonych na rachunkach bankowych powiatu, o ile odrębne przepisy nie stanowią inaczej;
10) inne dochody należne powiatowi na podstawie odrębnych przepisów.

Z powyższego wynika zatem, że katalog dochodów jednostek samorządu terytorialnego określony w art. 3 ustawy *o dochodach jednostek samorządu terytorialnego* oraz katalog źródeł dochodów własnych powiatu wskazany w art. 6 tej ustawy mają charakter zamknięty, co oznacza, że jednostki samorządu terytorialnego mogą uzyskiwać wyłącznie takie dochody, które zostały przewidziane przepisami prawa. Ustawodawca w sposób wyczerpujący określił zarówno rodzaje dochodów jednostek samorządu terytorialnego, jak i źródła ich dochodów własnych, przez co jednostki samorządu terytorialnego nie mają kompetencji do kształtowania tej materii we własnym zakresie.

W świetle powyższego stanowiska, wskazującego na niedopuszczalność zawierania przez jednostki samorządu terytorialnego tego typu umów, odnoszenie się do dalszych pytań sformułowanych w treści niniejszego pisma, w ocenie tut. Izby, należy uznać za bezprzedmiotowe.

Jednocześnie pragnę podkreślić, że wyjaśnienia udzielane przez Regionalną Izbę Obrachunkową w Gdańsku powinny zostać potraktowane wyłącznie jako stanowisko tut. Izby, które nie jest wiążące zarówno dla wnioskującego o udzielenie wyjaśnienia w sprawie stosowania przepisów o finansach publicznych, jak i również dla organów rozstrzygających w indywidualnych sprawach. Regionalne izby obrachunkowe nie posiadają bowiem uprawnień do dokonywania powszechnie obowiązującej wykładni przepisów prawa, lecz jedynie do ogólnej interpretacji przepisów związanych z funkcjonowaniem finansów publicznych.

Z poważaniem

Luiza Budner - Iwanicka
Prezes
Regionalnej Izby Obrachunkowej
w Gdańsku

Do wiadomości:
1) członkowie Kolegium w/m,
2) Wydział Kontroli Gospodarki Finansowej w/m,
3) Wydział Informacji, Analiz i Szkoleń w/m.
Publikacja:
Biuletyn Informacji Publicznej Regionalnej Izby Obrachunkowej w Gdańsku.