

Kielce dnia 30.04.2019 r.

L.dz. <sup>109</sup>...../PZ/2019

**Pan Witold Kołodziejcki  
Przewodniczący**

**Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji**

*Szanowny Panie Przewodniczący,*

zgodnie z art. 21a ust. 6 ustawy o radiofonii i telewizji, przesyłam projekt Karty Powinności Polskiego Radia Regionalnej Rozgłośni w Kielcach „Radio Kielce” S.A. na lata 2020-2024.

*Z poważaniem*

**Prezes Zarządu**

*Janusz Knap*

**Polskie Radio  
Regionalna Rozgłośnia w Kielcach  
„Radio Kielce” S.A.**

**KARTA POWINNOŚCI MEDIÓW  
2020-2024  
projekt**

**Kielce, 30 kwietnia 2019 r.**

# **Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Kielcach „Radio Kielce” S.A.**

## **Karta Powinności 2020-2024 - projekt**

„Radio Kielce” S.A. jest jednoosobową Spółką Akcyjną Skarbu Państwa zawiązaną z części mienia państwowego jednostki organizacyjnej Polskie Radio i Telewizja aktem notarialnym z dnia 16 września 1993 r. sporządzonym w Ministerstwie Finansów.

Spółka została powołana na czas nieokreślony, a jej podstawami prawnymi działania są:

- ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji z późniejszymi zmianami
- ustawa z dnia 15 września 2000 r. kodeks spółek handlowych z późniejszymi zmianami
- ustawa z dnia 21 kwietnia 2005 r. o opłatach abonamentowych z późniejszymi zmianami
- ustawa z dnia 22 czerwca 2016 r. o Radzie Mediów Narodowych
- statut Spółki.

„Radio Kielce” S.A. rozpowszechnia swoje programy w sposób:

- analogowy - na częstotliwościach: 90,4 MHz (nadajnik SLR Kielce Targowa), 101,4 MHz (nadajnik RTCN Święty Krzyż), 100 MHz (nadajnik SLR Dobromierz);
- cyfrowy – kanał 10D radiofonii cyfrowej DAB+;
- za pośrednictwem Internetu – online na stronach <http://www.radio.kielce.pl/> i <http://folkradio.pl/>

Analogowy i cyfrowy zasięg nadawania niniejszej stacji radiowej obejmuje całe województwo świętokrzyskie oraz spore fragmenty województw ościennych. Radio Kielce posiada również pięć redakcji terenowych: w Jędrzejowie, Kazimierzy Wielkiej, Ostrowcu Świętokrzyskim, Sandomierzu i Starachowicach.

„Radio Kielce” S.A. zgodnie z wytycznymi KRRiT ujętymi w ustawie o radiofonii i telewizji tworzy i rozpowszechnia (na trzech platformach) regionalny program realizujący demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnej. Ponadto za pośrednictwem Internetu rozpowszechnia program wyspecjalizowany z muzyką ludową „Folk Radio”<sup>1</sup>. Dopelnieniem przekazu misyjnego w/w programów są treści audialne, audiowizualne i tekstowe zamieszczane na stronach internetowych Radia Kielce oraz w mediach społecznościowych<sup>2</sup>. Oprócz powinności misyjnych wynikających z ustawy o radiofonii i telewizji, podstawowym celem Spółki jest rozwijanie kontaktów z odbiorcami programów i pozyskiwanie nowych słuchaczy poprzez działania promocyjne i programowe, wykraczające również poza studia radiowe. Aby to osiągnąć Radio Kielce planuje nieustannie wzbogacać swoją ofertę programową poprzez: tworzenie lub nabywanie ambitnych form radiowych, przygotowywanie programów na wysokim poziomie merytorycznym (z udziałem ekspertów,

<sup>1</sup> Art.21. ust.1a pkt.2a i 2b ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>2</sup> Art.21. ust.1b i 1a pkt. 2b ustawy o radiofonii i telewizji

aktorów)<sup>3</sup>, wykorzystanie nowych rozwiązań technologicznych do poprawy jakości przekazu audialnego i audiowizualnego, rozbudowywanie strony internetowej, aplikacji telefonicznych, szybszą transmisję danych, zwiększanie mobilności<sup>4</sup>. Pozaantenowa działalność Radia ma służyć integracji społeczności lokalnej. Ponadto ma się opierać na krzewieniu wiedzy historycznej służącej pielęgnowaniu i rozwojowi tożsamości oraz tradycji narodowych, a także regionalnych. Ma też budować odpowiedzialność obywatelską, patriotyzm, wspierać lokalnych artystów estradowych z naciskiem na debiutujących wykonawców muzyki oraz twórców popularyzujących lokalną kulturę ludową<sup>5</sup>.

Radio Kielce realizuje powyższe zadania poprzez organizowanie i uczestniczenie w wydarzeniach patriotycznych, społecznych, sportowych rangi krajowej i regionalnej, organizowanie akcji charytatywnych, koncertów, imprez, podczas których dostarcza lokalnej społeczności rozrywki, edukuje i aktywuje do działania na rzecz wspólnego dobra.

Spółka planuje realizować powyższe misyjne zadania w kooperacji z regionalną telewizją TVP3 Kielce, regionalnymi instytucjami kultury, oświaty oraz Instytutem Pamięci Narodowej w Kielcach<sup>6</sup>.

W latach 2020-2024 Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Kielcach „Radio Kielce” S.A. planuje rozwijać dotychczasową działalność w następujących obszarach:

1. Tworzyć i rozpowszechniać programy jednocześnie wzbogacając ich ofertę programową oraz jakość odbioru:
  - Regionalny Program „Radio Kielce”, w którym realizuje misję publiczną, oferując całemu społeczeństwu z naciskiem na ludność lokalną, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu – kierując się jednocześnie w swych przekazach zasadami: rzetelności, bezstronności, pluralizmu i niezależności<sup>7</sup>.
  - Program wyspecjalizowany „Folk Radio”, w którym propaguje głównie muzyczną twórczość ludowych kapeli, zespołów śpiewaczych i solistów, pochodzących z regionu. Ponadto w programie można posłuchać innych gatunków wywodzących się z muzyki ludowej: muzykę folkową, etniczną i stylizowaną pochodzącą z innych regionów Polski i świata<sup>8</sup>.
2. Rozszerzać zasięg odbioru programów, zarówno analogowego jak i cyfrowego, pozyskując jednocześnie nowych odbiorców poprzez działania promocyjne i programowe<sup>9</sup>.
3. Umacniać dobrą markę „Radia Kielce” S.A, jako instytucji dbającej o szybki i rzetelny przekaz informacji, medium edukacyjnego i opiniotwórczego, otwartego na wszystkie środowiska, kierującego swoją ofertą do różnych grup społecznych, uwzględniając ich

<sup>3</sup> Art.21. ust.1a pkt.6 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>4</sup> Art.21. ust.1a pkt.3 i 5 oraz ust.1.b ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>5</sup> Art.21. ust.2 pkt.5a ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>6</sup> Art.21. ust.1a pkt.6 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>7</sup> Art.21. ust.1 i 1a pkt.1 oraz ust.2 pkt.1 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>8</sup> Art.21. ust. 1a pkt.2 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>9</sup> Art.21. ust. 1a pkt.3 i 5 ustawy o radiofonii i telewizji

zróźnicowanie pod kątem wieku, wykształcenia, płci, narodowości i wyznania, wspierającego w ten sposób rozwój społeczeństwa opartego na integracji, poszanowaniu i solidarności<sup>10</sup>.

4. Tworzyć kolejne przedstawicielstwa na terenie województwa, tzw. redakcje terenowe, np.: w Końskich, Włoszczowie lub Busku – Zdroju, pod warunkiem, że sytuacja ekonomiczna Spółki będzie zadawalająca.
5. Modernizować infrastrukturę rozgłośni i wdrażać nowości technologiczne, usprawniając w ten sposób formy przekazu i kontaktu z odbiorcami programów<sup>11</sup>.
6. Tworzyć i rozpowszechniać za pomocą Internetu kolejne programy wyspecjalizowane np.: „Radio Kielce – Zdrowie”. To oferta programowa, która będzie propagowała profilaktykę chorób oraz zaspakajała ciekawość odbiorców w dziedzinie zdrowia i medycyny.
7. Promować i rozpowszechniać audycje i utwory, o których mowa w art. 15 ust. 2 w formie podcastów na stronach internetowych<sup>12</sup>.

W okresie objętym niniejszą Kartą Powinności Mediów, Polskie Radio Regionalnej Rozgłośni w Kielcach „Radio Kielce” S.A. planuje w poszczególnych latach realizować misję w wymiarze nie mniejszym, niż wskazane w tabeli nr 1. W tabeli nr 2 stanowiącej załącznik do karty, określono szacunkowy koszt realizacji poszczególnych zadań oraz wskazano źródła ich finansowania.

**Tabela nr 1** Procentowy udział audycji słownych i słowno-muzycznych w programie regionalnym „Radia Kielce” S.A. w latach objętych Kartą Powinności 2020-2024<sup>13</sup>

Kategorie audycji	Udział czasu audycji w rocznym programie (nie mniej niż %)	Udział czasu audycji w rocznym programie (nie mniej niż %)	Udział czasu audycji w rocznym programie (nie mniej niż %)	Udział czasu audycji w rocznym programie (nie mniej niż %)	Udział czasu audycji w rocznym programie (nie mniej niż %)
LATA	2020	2021	2022	2023	2024
INFORMACJA	9%	8%	8%	10%	9%
PUBLICYSTYKA	4%	4%	4%	4%	4%
KULTURA	13%	12%	12%	12%	13%
EDUKACJA	9%	8%	8%	8%	9%
SPORT	3%	2%	3%	2%	3%
ROZRYWKA	30%	34%	33%	32%	30%
Pozostałe przekazy z zakresu powyższych 6 kategorii	30%	30%	30%	30%	30%
Reklama, Autopromocja, Ogłoszenia nadawcy	2%	2%	2%	2%	2%
<b>Razem</b>	100%	100%	100%	100%	100%

<sup>10</sup> Art.21. ust. 2 pkt.6 i 5a ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>11</sup> Art.21. ust. 1a pkt.3 i 5 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>12</sup> Art.21a. ust. 2 pkt.8 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>13</sup> Art.21a. ust. 2 pkt.6 ustawy o radiofonii i telewizji

W wyszczególnionych latach „Radio Kielce” S.A. zamierza poszerzyć swoją ofertę programową o audycje poświęcone wydarzeniom rangi ogólnopolskiej i regionalnej, przede wszystkim uwzględniając ważne jubileusze i rocznice:

Ważne wydarzenia polityczne:

- Wybory prezydenckie w Polsce w 2020 r.
- Wybory samorządowe w Polsce w 2023 r.
- Wybory parlamentarne w Polsce w 2023 r.
- Wybory do Parlamentu Europejskiego w Polsce w 2024 r.

Ważne wydarzenia sportowe:

- Mistrzostwa Europy w piłce nożnej mężczyzn 2020 r.
- Letnie Igrzyska Olimpijskie 2020 r.
- Zimowe Igrzyska Olimpijskie 2022 r. w Pekinie
- Mistrzostwa Świata w Piłce Nożnej 2022 r. w Katarze
- Letnie Igrzyska Olimpijskie w Paryżu 2024 r.

Ważne wydarzenia patriotyczne:

- 100 rocznica Bitwy Warszawskiej 2020 r.
- 80 rocznica Powstania Warszawskiego 2024 r.

Ważne wydarzenia kulturalne:

- 2020 rokiem Karola Wojtyły
- 250-lecie powstania Komisji Edukacji Narodowej 2023 r.

Wypełniając powinności określone w ustawie o radiofonii i telewizji, Radio Kielce zamierza przeznaczyć w emitowanych programach co najmniej 33% miesięcznego czasu nadawania na utwory słowno-muzyczne, które są wykonywane w języku polskim, z tego co najmniej 60% w godzinach 5:00–24:00<sup>14</sup>. Ponadto, zgodnie z art. 4 pkt 13 w/w ustawy, „Folk Radio” nadal będzie spełniać wymogi określone dla programów wyspecjalizowanych tzn. w miesięcznym czasie nadawania, w godz. 6:00-23:00 nadawać 70% audycji zgodnych z jego specyfikacją (kategoria kultura)<sup>15</sup>.

„Radio Kielce” S.A., wypełniając misję publiczną, główny nacisk kładzie na tworzenie i rozpowszechnianie przekazów (audialnych i wizualnych) o niniejszej treści:

- służących kształtowaniu postaw tolerancji; przeciwdziałających dyskryminacji i wykluczeniu, m.in. ze względu na narodowość, wyznanie, płeć, wykształcenie, lub dysfunkcje, w tym poświęconych osobom starszym i niepełnosprawnym<sup>16</sup>.
- służących budowaniu więzi społecznych; podejmujących problemy relacji międzyludzkich; służących umacnianiu rodziny; promujących poszanowanie jednostki i zasady współżycia społecznego; wyrażające sprzeciw wobec różnych form przemocy<sup>17</sup>;

<sup>14</sup> Art.15. ust. 2,2a,2b, Art.21a. ust. 2 pkt. 5 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>15</sup> Art.4 pkt 13 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>16</sup> Art.18. ust.1 Art.18a. ust.1, Art.21. ust. 2 pkt. 5a ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>17</sup> Art.21. ust. 2 pkt. 5a,7,8 ustawy o radiofonii i telewizji

- upowszechniających wiedzę o języku polskim; popularyzujących poprawność językową i kulturę słowa; poświęconych nowym formom komunikacji i ich wypaczeniu<sup>18</sup>;
- kształtujących postawy prozdrowotne i proekologiczne; edukujących w kwestii profilaktyki zdrowotnej i rozwoju medycyny; propagujących formy aktywnego wypoczynku, zdrowy tryb życia i uprawianie sportu<sup>19</sup>;
- popularyzujących wiedzę o literaturze polskiej, sztuce i kulturze m.in. poprzez prezentację sylwetek twórców i ich dzieł, recenzje z wydarzeń artystycznych, promocje czytelnictwa oraz inne przekazy umożliwiające słuchaczom aktywny udział w kulturze m.in. przez przekazywanie informacji o regionalnych wydarzeniach kulturalnych, transmisje wydarzeń artystycznych, koncertów, wywiadów, emisje powieści, słuchowisk radiowych i reportaży artystycznych<sup>20</sup>;
- odpowiadających potrzebom religijnym odbiorców; umacniające chrześcijański system wartości; propagujących zasady etyki i praworządności<sup>21</sup>;
- służących przekazywaniu wiedzy nt. nauki i oświaty ze szczególnym uwzględnieniem regionalnego dorobku intelektualnego; poszerzających horyzonty w zakresie zastosowania nowych technologii, nowych form przekazu i komunikacji na odległość oraz służące edukacji medialnej<sup>22</sup>;
- służących pogłębianiu wiedzy nt. społecznych zjawisk patologicznych i łamaniu prawa; nakłaniających regionalnych odbiorców do postaw obywatelskich i działania dla rzecz wspólnego dobra w tym m.in. prezentacja działań prewencyjnych policji i jednostek samorządowych oraz działań pomocowych organizacji pożytku publicznego<sup>23</sup>;
- służących budowaniu narodowej i regionalnej tożsamości, poprzez przekazy edukujące historycznie (dokumenty, debaty naukowe, transmisje patriotyczne)<sup>24</sup>;
- umożliwiających wymianę poglądów i przedstawianie swoich stanowisk w sprawach publicznych przedstawicielom różnych regionalnych środowisk, w tym m.in. samorządów, reprezentantom partii politycznych, związków zawodowych i pracowniczych<sup>25</sup>;
- umożliwiających społeczeństwu współdecydowanie o sprawach publicznych poprzez uczestniczenie w antenowych forach dyskusyjnych (w trakcie audycji interaktywnych, debat politycznych, audycji interwencyjnych); budujących świadomość narodową<sup>26</sup>;
- wspierających edukację obywatelską m.in. poprzez przekazywanie informacji o instytucjach samorządowych i krajowych, przedstawianie aktualnych problemów państwa, rządu i parlamentu, wyjaśnianie ich wpływu na funkcjonowanie regionu

<sup>18</sup> Art.21. ust. 1a pkt. 8 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>19</sup> Art.18. ust.3, Art.21. ust. 2 pkt. 7a i 7b ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>20</sup> Art.21. ust. 1a pkt. 7 oraz ust. 2 pkt. 5 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>21</sup> Art.18. ust. 2, Art.21. ust. 2 pkt. 6 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>22</sup> Art.21. ust. 1a pkt. 7 oraz ust. 1a pkt. 11 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>23</sup> Art.18. ust. 4, Art.21. ust. 2 pkt. 8 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>24</sup> Art.21. ust. 2 pkt. 5 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>25</sup> Art.21. ust. 2 pkt. 4 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>26</sup> Art.21. ust. 2 pkt. 3 ustawy o radiofonii i telewizji

i jego mieszkańców, edukację w zakresie prawa wyborczego i kompetencji wybieranych władz<sup>27</sup>;

- umożliwiających regionalnym odbiorcom szybki, rzetelny dostęp do bieżących informacji o wydarzeniach ekonomiczno-gospodarczych, politycznych, społecznych, kulturalnych i sportowych w regionie i kraju<sup>28</sup>.

„Radio Kielce” S.A. systematycznie odnotowuje wzrost liczby odsłon strony internetowej Radia (w 2018 roku ponad 8 milionów odsłon; wzrost o 22,80 proc. w porównaniu z 2017 rokiem). W związku z powyższym planuje w dalszym ciągu rozbudowywać portal (video, relacje on-line, multimedia), z czym będą się wiązać dodatkowe inwestycje.

W ostatnich latach zauważono wzrost liczby informacji, a także zmianę sposobu ich prezentacji na portalu. Szczególny nacisk Radio Kielce kładzie na multimedia. Rozwój technologii w mediach powoduje bowiem, że zmienia się sposób przekazu informacji. Są one wzbogacane o filmy, dźwięki, wykresy, infografiki. Coraz częściej przeprowadzane są także transmisje online, a audycje są nadawane w Internecie (streaming). Większa niż dotychczas jest także integracja i interakcja strony internetowej z przekazem radiowym (anteną). Różne wydarzenia są relacjonowane nie tylko na antenie Radia Kielce, ale również na stronie internetowej (np. Marsz Szlakiem I Kompani Kadrowej, akcja Radia Kielce „Choinka pod choinkę”; transmisje sportowe online na żywo). Standardem stało się również tworzenie stron tematycznych (takich jak np. „Polacy ratujący Żydów” - audycji radiowej poświęconej lokalnym bohaterom); przygotowywanie specjalnych raportów i informatorów (np. dotyczących 100-lecia odzyskania niepodległości przez Polskę, 15-lecia Polski w UE, wyborów samorządowych i parlamentarnych). „Radio Kielce” S.A. planuje także wdrożenie podcastów. Wedle badań w Polsce staną się one wkrótce bardzo popularne. Już teraz co piąty użytkownik Internetu deklaruje korzystanie z podcastów. Źródło tego zjawiska bije rekordy w Stanach Zjednoczonych i przez kraje Europy Zachodniej stopniowo dociera do Polski. Dla słuchaczy podcasty są znakomitym, bezpłatnym medium przybliżającym różnorodne, ciekawe treści z całego świata. A dla wydawców są wspaniałą metodą docierania do szerokiego grona odbiorców. Aktualnie trwają prace nad przygotowaniem koncepcji wdrożenia podcastów wykorzystujących nie tylko treści prezentowane na antenie Radia Kielce.

BCMP (projekt, który ma na celu stworzenie jednolitego systemu wyszukiwania materiałów audialnych i audiowizualnych gromadzonych w zbiorach publicznej)

W 2020 roku planowana jest Integracja Spółek Radiowych z modułami CMS A-V i CMS Portal oraz integracja z modułem Archiwum Cyfrowe.

<sup>27</sup> Art.21. ust. 2 pkt. 2 ustawy o radiofonii i telewizji

<sup>28</sup> Art.21. ust. 2 pkt. 2 ustawy o radiofonii i telewizji



Rozwój technologii, ewolucja mediów opartych o Internet, czy nowe formy przesyłania multimediów wymuszają inwestycje w tych obszarach. Również część z nich jest skutkiem wyeksploatowania, zużycia, czy też wymaga dostosowania. Ogólna strategia oraz plany na najbliższe lata obejmuje inwestycje oraz remonty w poniższych zakresach:

#### **Inwestycje:**

- Systemu produkcji i emisji radiowej
- Digitalizacji zbiorów taśmowych – biblioteka cyfrowa
- Nowych mediów
- Wozu reporterskiego-satelitarnego
- Sprzętu informatycznego i oprogramowanie (sieci komputerowe, serwerownia, stanowiska reporterskie)
- Modernizacji budynku studiów i budynku zaplecza technicznego
- Sprzętu technicznego i wyposażenia zespołów studyjnych
- Wyposażenia biurowego (w tym mebli)
- Modernizacji klimatyzacji centralnej, część studia muzycznego i klimatyzacji parteru budynku studiów radiowych
- Modernizacji systemów zasilania energetycznego (rozdzielnie, UPSy, agregat)
- Modernizacji systemów telekomunikacyjnych (centrala, łączność programowa, transmisja)
- Środków transportowych

#### **Remonty:**

- Budynki i budowle
- Place i drogi
- Środki techniczne
- Środki transportowe

Oszacowanie oparte na przyjętej strategii z ubiegłych lat oraz faktycznie wydatkowanych środkach:

- nie mniej niż 2 200 tys. zł w roku 2020
- nie mniej niż 2 000 tys. zł w roku 2021
- nie mniej niż 2 200 tys. zł w roku 2022
- nie mniej niż 2 000 tys. zł w roku 2023
- nie mniej niż 2 200 tys. zł w roku 2024

czyli, na łączną kwotę nie mniej niż 10 600 tys. zł dla lat 2020-2024.

#### **Działalność komercyjna**

##### **Cele:**

1. Zwiększenie udziału w sprzedaży internetowych produktów komercyjnych dostępnych na stronach www Spółki
2. Stworzenie specjalnych warunków cenowych dla instytucji państwowych i samorządowych umożliwiających im skuteczną promocję ich działalności
3. Wspieranie małych i średnich przedsiębiorców z terenu nadania rozgłośni poprzez wdrożenie mechanizmów ułatwiających im reklamę świadczonych przez siebie usług lub wytwarzanych produktów.

Przyjmuje się, że wartość dość płytkiego rynku świętokrzyskiego w nadchodzących latach nie ulegnie zmniejszeniu i pozostanie na poziomie 2018 r.

Konsekwentnie i w przemyślany sposób budowana pozycja i popularność stron internetowych Spółki powinna w najbliższych latach zaowocować zwiększeniem sprzedaży reklam w przestrzeni wirtualnej a tym samym wygenerować dodatkowe przychody dla Spółki.

Planuje się wprowadzić specjalne warunki cenowe na produkcję, emisję na antenie lub publikację na stronach internetowych Spółki informacji służących lokalnej społeczności, a pochodzących od instytucji państwowych i samorządowych z terenu nadawania rozgłośni, których celem będzie: zwiększenie świadomości, profilaktyka zdrowotna, edukacja, podniesienie wiedzy lub możliwości rozwoju - również w obszarze szeroko rozumianej kultury i rozrywki. Działania te, po rozpropagowaniu, powinny wygenerować dodatkowe przychody dla Spółki.

Zgodnie ze strategią rządu polskiego na najbliższe lata - wdrożone zostaną mechanizmy (specjalne oferty cenowe) dedykowane małym lub nowo powstałym przedsiębiorstwom z terenu woj. świętokrzyskiego, ułatwiające im promocję prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej.

okres	2020 r.	2021 r.	2022 r.	2023 r.	2024 r.
Planowane przychody	1 800 tys.	1 820 tys.	1 840 tys.	1 860 tys.	1 880 tys.

„Radia Kielce” S.A. przy braku nowych uregulowań dotyczących finansowania mediów publicznych zakłada, że głównym źródłem przychodów będą, jak dotychczas, środki pochodzące z abonamentu i środki pozaabonamentowe z rachunku KRRiT.

Inne źródła przychodów Spółki pochodzą:

- z reklam i audycji sponsorowanych
- z obrotu prawami do audycji
- ze sprzedaży usług nagraniowych
- dotacje z budżetu państwa oraz inne źródła

W przypadku, gdy Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Kielcach „Radio Kielce” S.A. w danym roku kalendarzowym, w latach 2020-2024, osiągnie przychody pochodzące ze źródeł określonych w ust. 1 pkt 1 i ust. 2 ustawy o radiofonii i telewizji przekraczające koszt netto realizacji misji publicznej, o której mowa w art. 21 ust. 1 ww. ustawy, a kwota nadwyżki będzie nie większa niż 10% całkowitego kosztu realizacji misji publicznej przewi-

dzianego w zatwierdzonym planie, o którym mowa w art. 21c ust. 1 ww. ustawy na ten rok, wówczas Spółka przeznaczy ją na realizację misji publicznej w kolejnych okresach<sup>29</sup>.

W okresie objętym niniejszą Kartą powinności 2020-2024 Polskie Radio Regionalna Rozgłośnia w Kielcach „Radio Kielce” S.A. planuje w poszczególnych latach realizować misję w wymiarach nie mniejszych niż wskazane w **Tabeli nr 2**.

---

<sup>29</sup> Art.21a. ust. 2 pkt. 4, Art.31 ust. 7 ustawy o radiofonii i telewizji

## KARTA POWINNOŚCI na lata 2020-2024

## Koszty tworzenia i rozpowszechniania oraz źródła finansowania programu regionalnego i programu wyspecjalizowanego

KATEGORIE GATUNKOWE	Plan																			
	2020				2021				2022				2023				2024			
	KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA		KOSZTY CAŁKOWITE	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA			
	środkami misyjnymi	środkami własnymi		środkami misyjnymi	środkami własnymi		środkami misyjnymi	środkami własnymi		środkami misyjnymi	środkami własnymi		środkami misyjnymi	środkami własnymi		środkami misyjnymi	środkami własnymi			
Informacja	975 321,36	643 770,00	108 379,13	890 360,03	100 129,44	914 399,75	572 240,00	97 396,72	1 173 860,68	715 300,00	126 538,58	1 084 999,43	643 770,00	110 776,59						
Publicystyka	433 476,16	286 120,00	48 168,50	445 180,02	50 064,72	457 199,88	286 120,00	48 698,36	469 544,27	286 120,00	50 615,43	482 221,97	286 120,00	49 234,04						
Kultura	1 408 797,52	929 890,00	156 547,64	1 335 540,05	150 194,16	1 371 599,63	858 360,00	146 095,07	1 408 632,82	858 360,00	151 846,30	1 567 221,40	929 890,00	160 010,63						
Edukacja	975 321,36	643 770,00	108 379,13	890 360,03	100 129,44	914 399,75	572 240,00	97 396,72	939 088,55	572 240,00	101 230,86	1 084 999,43	643 770,00	110 776,59						
Sport	325 107,12	214 590,00	36 126,38	222 590,01	25 032,36	342 899,91	143 060,00	36 523,77	234 772,14	143 060,00	25 307,72	361 666,48	214 590,00	36 925,53						
Rozrywka	3 251 071,20	2 145 900,00	361 263,78	3 784 030,14	425 550,12	3 771 898,98	2 360 490,00	401 761,45	3 756 354,19	2 288 960,00	404 923,46	3 616 664,77	2 145 900,00	369 255,30						
Pozostałe przekazy z zakresu powyższych 6 kategorii	3 467 809,28	2 288 960,00	385 348,03	3 561 440,13	400 517,76	3 657 599,01	2 288 960,00	389 586,86	3 756 354,19	2 288 960,00	404 923,46	3 857 775,75	2 288 960,00	393 872,32						
<b>Razem</b>	<b>10 836 904,00</b>	<b>7 153 000,00</b>	<b>1 204 212,60</b>	<b>11 129 500,41</b>	<b>1 251 618,00</b>	<b>11 429 996,92</b>	<b>7 153 000,00</b>	<b>1 217 458,94</b>	<b>11 738 606,84</b>	<b>7 153 000,00</b>	<b>1 265 385,80</b>	<b>12 055 549,22</b>	<b>7 153 000,00</b>	<b>1 230 850,99</b>						
Rozpowszechnianie	1 094 782,00	861 000,00	233 782,00	1 124 341,11	131 778,85	1 154 698,32	861 000,00	174 149,62	1 185 875,18	861 000,00	102 472,72	1 217 893,81	861 000,00	128 355,71						
Cyfrowe DAB+ Radio FOLK	166 374,00	24 000,00	142 374,00	170 866,10	146 866,10	175 479,48	24 000,00	150 831,48	180 217,43	24 000,00	156 217,43	185 083,30	24 000,00	161 083,30						
<b>INNE MISYJNE USŁUGI</b> (prawa autorskie i pokr.)	579 228,00	564 000,00	15 228,00	594 867,16	30 867,16	610 928,57	564 000,00	31 700,57	627 423,64	564 000,00	63 423,64	644 364,08	564 000,00	80 364,08						
Pozostałe (Nowe Media, BCMP)	528 905,00	204 000,00	4 533,50	543 185,44	53 603,51	557 851,44	204 000,00	55 050,80	572 913,43	204 000,00	56 000,00	588 382,09	204 000,00	57 000,00						
<b>Razem</b>	<b>13 206 193,00</b>	<b>8 806 000,00</b>	<b>1 600 130,10</b>	<b>13 562 760,21</b>	<b>1 614 733,61</b>	<b>13 928 954,74</b>	<b>8 806 000,00</b>	<b>1 629 191,42</b>	<b>14 305 036,51</b>	<b>8 806 000,00</b>	<b>1 643 499,59</b>	<b>14 691 272,50</b>	<b>8 806 000,00</b>	<b>1 657 654,08</b>						
<b>Wynik</b>			<b>-2 800 062,90</b>		<b>-3 142 026,60</b>			<b>-3 493 763,32</b>			<b>-3 855 536,93</b>			<b>-4 227 618,42</b>						

## Założenia do oszacowania budżetu Radia Kielce na potrzeby Karty Powinności Mediów:

1. Koszty (oszacowane na podstawie zatwierzonego planu roku 2019) wzrastają jedynie o poziom inflacji zakładany przez rząd - 2,7 proc.
2. Wpływy z KRRiT pozostają na poziomie planowanym w roku 2019, ze względu na brak prognoz a lata następne
3. Wpływy własne (przychody z reklamy, pozostała działalność) wzrastają o 1,2 proc. w skali roku
4. Budżet nie zawiera potrzeb inwestycyjnych. Plan inwestycyjny opisany jest w Karcie Powinności Mediów w dziale Inwestycje.

PREZES Zarządu  
Janusz Knap

*Załącznik: metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1, oraz pozostałej działalności*

**Metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1, oraz pozostałej działalności**

**I. Zasady rozliczania przychodów i kosztów z uwzględnieniem zapisów Rozporządzenia KRRiT z 22 kwietnia 2008 r. (Dz.U z 2008 r. Nr 84, poz. 515, z późn. zm.)**

**1. Przychody i koszty związane z realizacją misji publicznej**

a) **Za przychody** związane z realizacją misji publicznej uważa się w szczególności:

- środki przyznawane przez KRRiT (wpływy abonamentowe i pozaabonamentowe, rekompensata);
- otrzymane dotacje, darowizny, subwencje lub inne dofinansowania, które przeznaczone są na realizację misji publicznej określonej w art. 21 ustawy o radiofonii i telewizji, w tym wszelkiego rodzaju dofinansowania związane z zakupem rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych służących misji.

Powyższe przychody stanowią źródło finansowania misji, określonej w art. 21 ust.1 ustawy o radiofonii i telewizji. Środki przyznane z KRRiT ewidencjonowane są na koncie 701-01 „Przychody - wpływy z KRRiT”.

Momentem zaliczenia do przychodu wpływów abonamentowych jest miesiąc za który Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wystawia notę księgową z tytułu przekazania wyżej wymienionych wpływów.

b) **Za koszty** działalności misyjnej uważa się wszystkie koszty bezpośrednie i pośrednie tworzenia i rozpowszechniania programu regionalnego, w tym koszty związane z organizacją programów z udziałem publiczności w studiu oraz akcji w terenie, z których relacje przekazywane są na antenie.

Koszty bezpośrednie misji ewidencjonowane są na koncie 501 – „Koszty programu”.

- Koszty funkcjonowania wyodrębnionej organizacyjnie komórki odpowiedzialnej za promocję Radia, są ponoszone na rzecz upowszechniania i promocji działalności misyjnej i ewidencjonowane są na koncie 505 „Koszty Działu Promocji”.
- **Do każdego z powyższych kont syntetycznych prowadzone są konta analityczne, których ilość dostosowywana jest do potrzeb ewidencji.**

**Koszty pośrednie** działalności misyjnej ewidencjonowane są na kontach działalności pomocniczej:

531 Koszty działu Techniki

532 Koszty Transportu

*Załącznik: metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów  
w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1, oraz pozostałej działalności*

## 550 Koszty Ogólnozakładowe

Rozliczenie kosztów pośrednich, tj. kosztów transportu, techniki i kosztów ogólnozakładowych dokonuje się co miesiąc przy pomocy rozdzielników kosztów:

- **koszty Transportu** – rozlicza się przy użyciu współczynnika „jednostkowego kosztu Transportu w zł/km”, stosując poniższy wzór:

$$X = \frac{\text{saldo\_konta\_MA\_532}}{\text{suma\_kilometrów\_przejechana\_w\_danym\_miesiącie}}$$

gdzie X – jednostkowy koszt Transportu w zł/km,

obliczonym współczynnikiem mnoży się ilość km odczytanych dla poszczególnych Komórek;

- **koszty Działu Techniki** – rozliczane są współczynnikiem, którym jest jednostkowy koszt czasu antenowego w zł/1 godz.

Koszt jednej godziny czasu antenowego oblicza się przy użyciu poniższego wzoru:

$$Y = \frac{\text{saldo\_konta\_MA\_531}}{t},$$

gdzie:

Y – Jednostkowy koszt czasu antenowego w zł/1 godz;

t - czas emisji programu w danym miesiącu w godz.

Obliczonym jednostkowym kosztem czasu antenowego mnoży się wykorzystany czas antenowy przez poszczególne Komórki;

- **koszty ogólnozakładowe** – rozlicza się współczynnikiem stałym (w %) narzutu kosztów pośrednich, przy wykorzystaniu poniższego wzoru:

$$Z = \frac{\text{Saldo\_konta\_MA\_550}}{\text{suma\_sald\_kont\_str.\_MA:501\_ (bez\_501-99) + 502 + 503 + 505 + 506}},$$

gdzie:

Z – stały współczynnik w % narzutu kosztów pośrednich – ogólnozakładowych.

Obliczonym współczynnikiem [Z] mnoży się koszty zebrane na odpowiednich kontach zespołu „5”.

Po rozliczeniu kosztów pośrednich następuje przeksięgowanie kosztów z zespołu „5” na koszt własny poszczególnych rodzajów działalności - tj. na konta zespołu „7” Koszt własny.

*Załącznik: metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów  
w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1, oraz pozostałej działalności*

Dodatkowo dla bardziej szczegółowego rozdzielenia kosztów konta 501 „koszty ogólne programu”. w ramach jego dalszych analityk odwzorowujących koszty poszczególnych redakcji programu, tj.:

Konto 501-01 „koszty program regionalny - Informacja”

Konto 501-02 „koszty program regionalny - Publicystyka”

Konto 501-03 „koszty program regionalny - Rozrywka”

Konto 501-04 „koszty program regionalny - Sport”

Konto 501-05 „koszty program regionalny – Kultura”

Konto 501-06 „koszty program regionalny – Edukacja”

stosowany jest rozdzielnik kosztów. Saldo WN konta syntetycznego 501-00 (z dalszymi jego analitykami: -00, -20, -30) zostaje odczytane i przeniesione na konto docelowe 501-00-99 na stronę MA.

Następnie saldo konta 501-00-99 MA zostaje podzielone przez liczbę godzin w miesiącu (np. miesiąc styczeń 31 dni x 24 godz.= 744 godzin programu w miesiącu styczniu) w celu obliczenia kosztu 1 godziny programu.

Na podstawie danych uzyskanych z programu HARP, dotyczących wykorzystania czasu antenowego przez poszczególne Redakcje (programu) w danym miesiącu, obliczamy kwotę do zaksięgowania na konto poszczególnej Redakcji w następujący sposób:

czas antenowy wykorzystany przez daną Redakcję (tj. liczba godzin) mnożymy przez koszt 1 godziny programu.

Wynikiem powyższych czynności, jest przeksięgowanie kosztów z konta 501-00-99 na konta analityczne 501-01, 501-02, 501-03, 501-04, 501-05, 501-06.

Przeksięgowane kwoty stanowią zapis techniczny, który nie jest uwzględniany przy przeksięgowaniu kosztów zespołu „5” na koszt własny kont zespołu „7”.

W ramach kosztów tworzenia i rozpowszechniania programów regionalnych wykazuje się także koszty związane z organizacją programów / audycji z udziałem publiczności /spotkania plenerowe i studyjne / w sytuacji gdy na antenie Radia emitowana jest relacja z tych spotkań lub gdy w ich wyniku powstają audycje emitowane na antenie Radia posiadające cechy wymienione powyżej. Zalicza się tu również koszty produkcji i rejestracji nagrań archiwalnych, które z założenia nie są wykorzystywane do działalności komercyjnej, a które służą prezentowaniu na antenie Radia dorobku kulturowego i artystycznego.

Ustala się zasadę, iż odpowiedzialną za odpowiednie zakwalifikowanie wydatku jest Pracownik zatwierdzający pod względem merytorycznym dokument źródłowy potwierdzający poniesienie wydatku. Pracownik ten odpowiada również za właściwe zaklasyfikowanie kosztu/wydatku tj. prawidłowy opis dokumentu źródłowego potwierdzającego poniesienie kosztu/wydatku, ze wskazaniem „zakup na realizację misji publicznej” lub „zakup do działalności pozostałej”.

*Załącznik: metody przypisywania przychodów i związanych z nimi kosztów w odniesieniu do działalności, o której mowa w art. 21 ust. 1, oraz pozostałej działalności*

### **1. Przychody i koszty działalności pozostałej:**

a) Przychody z działalności pozostałej obejmują wszystkie przychody Spółki poza wymienionymi w pkt 1a i ewidencjonowane są na kontach zespołu „7” zakładowego planu kont.

b) Koszty bezpośrednie działalności pozostałej, których Spółka nie poniosłaby, w razie ustania tej działalności są ewidencjonowane na niżej wymienionych kontach:

502 „Koszty koncertu życzeń i ofert pracy”,

503 „Koszty Działu Reklamy”,

Do każdego z powyższych kont syntetycznych prowadzone są konta analityczne, których ilość dostosowywana jest do potrzeb ewidencji.

Zaewidencjonowane koszty pośrednie z kont 531, 532 i 550 są rozliczane wg rozdzielników kosztów opisanych w punkcie 1b.

Po rozliczeniu kosztów pośrednich następuje przesięgowanie kosztów z zespołu „5” na koszt własny poszczególnych rodzajów działalności kont zespołu „7”.

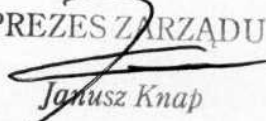
### **II. Należności i zobowiązania z tytułu realizacji misji publicznej.**

Należności misyjne obejmują należności z KRRiT oraz z tytułu dotacji budżetowych.

Zobowiązania ewidencjonowane na kontach zespołu „2” są kwalifikowane jako zobowiązania misyjne.

### **III. Wpływy i wydatki środków misyjnych.**

Wpływy i wydatki misyjne są ewidencjonowane na wyodrębnionym rachunku bankowym.

PREZES ZARZĄDU  
  
Janusz Knap



POLSKIE RADIO  
Regionalna Rozgłośnia w Kielcach  
"RADIO KIELCE" S.A.  
25-317 Kielce, ul. Radłowa 4  
NIP 657-02-35-795 REGON 290396875  
Tel. 41-366-12-00 Fax 41-344-65-44

BIURO KRZYT  
KANCELARIA OGÓLNA  
06.05.2019  
WPLYNIĘŁO  
p-21564-2019

PRIO  
PRIO

OPŁATA POBRANA  
TAXE PERÇUE-POLOGNE  
Umowa z Poczta Polska S.A.  
ID 304334/T



Sr.P. Miłob Wołodziejski  
prezowdymcy

BIURO WARSZCZĄ RADY RADIOFONU I TELEWIZJI  
Szkol. kad. S. Wyżnińskiego 9  
01-015 WARSZAWA.

R

01/2019  
00559007734799221990  
(00)559007734799221990