



Krajowy
Instytut
Mediów

Wybrane wyniki Badania Założycielskiego

Grudzień 2021 r.



Badanie Założycielskie

Główne cele badawcze



- **Dostarczanie danych populacyjnych w zakresie konsumpcji mediów.**
- **Diagnoza i segmentacja użytkowników mediów.**
- **Weryfikacja, zbieranie i dostarczenie uniwersów do innych badań mediowych w Polsce.**
- **Zbieranie danych o charakterze poznawczym i uzupełniającym, dotyczących mediów.**

Badanie Założycielskie

Populacyjne badanie gospodarstw domowych i osób indywidualnych



Badanie realizowane jest na losowej, reprezentatywnej i ogólnopolskiej próbie adresowej TERYT GUS.

Wywiady prowadzone są z osobami dorosłymi oraz z dziećmi od 4 roku życia.

Od lipca do grudnia 2021 zostało zrealizowanych blisko 13 tys. wywiadów.

Od stycznia 2022 pomiar będzie miał charakter ciągły: miesięcznie będzie obejmował 2–3 tys. gospodarstw domowych.

Badanie Założycielskie

Podstawy ekstrapolacyjne

Badanie Założycielskie uprawnia do wnioskowania o populacji:



14 561 000
gospodarstw
domowych w Polsce

na podstawie wywiadów w:
N=2025
gospodarstwach domowych



36 749 000
mieszkańców Polski
w wieku 4+ lat
i więcej

na podstawie wywiadów z:
N=4179
osobami w wieku 4+

wywiady realizowano w okresie lipiec–październik 2021.



Wybrane wyniki

Raport zawiera wybrane wyniki pilotażu Badania Założycielskiego, realizowanego w okresie lipiec–październik 2021.

Wyposażenie gospodarstw domowych



Wyposażenie gospodarstw domowych

92%



gospodarstw posiada telewizor

telewizor płaski (nie smart) lub kineskopowy	66%
telewizor SMART	40%

podstawa: N=2025 gospodarstw domowych

Wyposażenie gospodarstw domowych

83% 

gospodarstw posiada radio

radio w samochodzie	64%
przenośne radio	38%
zestaw typu wieża HiFi z radiem	19%
radiobudzik	9%
inne stacjonarne lub wbudowane radio	5%
słuchawki z wbudowanym radiem	3%
odtwarzacz MP3\MP4 z wbudowanym radiem	2%

podstawa: N=2025 gospodarstw domowych

Wyposażenie gospodarstw domowych

95%



**gospodarstw posiada
telefon komórkowy**

smartfon	80%
telefon komórkowy bez ekranu dotykowego	24%
telefon stacjonarny	11%

podstawa: N=2025 gospodarstw domowych

Wyposażenie gospodarstw domowych

70% 

gospodarstw posiada komputer

laptop	63%
tablet	18%
komputer stacjonarny	16%

podstawa: N=2025 gospodarstw domowych

Wyposażenie gospodarstw domowych

12%

głośnik
beprzewodowy

6%

smartband

2%

gramofon

11%

DVD lub Blu-ray

5%

odtwarzacz MP3
\\ MP4 bez radia

1%

głośnik
aktywowany
głosem

37%

słuchawki
bez radia

11%

smartwatch

4%

soundbar

1%

projektor
multimedialny

18%

odtwarzacz CD

10%

konsola do gier

3%

czytnik
elektroniczny

14%

dysk przenośny

7%

kino domowe

3%

przystawka
Smart TV
\\ TV BOX

Liczba i marka odbiorników TV



92%

gospodarstw
domowych posiada
minimum **jeden**
telewizor

1,2

średnia liczba
odbiorników TV



36% SAMSUNG

23%  LG

12% SONY®

11% PHILIPS

9% Panasonic

Średni wiek odbiornika TV i intencja zakupu nowego telewizora



6lat

**średni wiek
telewizora**

(na podstawie deklaracji
dotyczącej roku zakupu)

6%

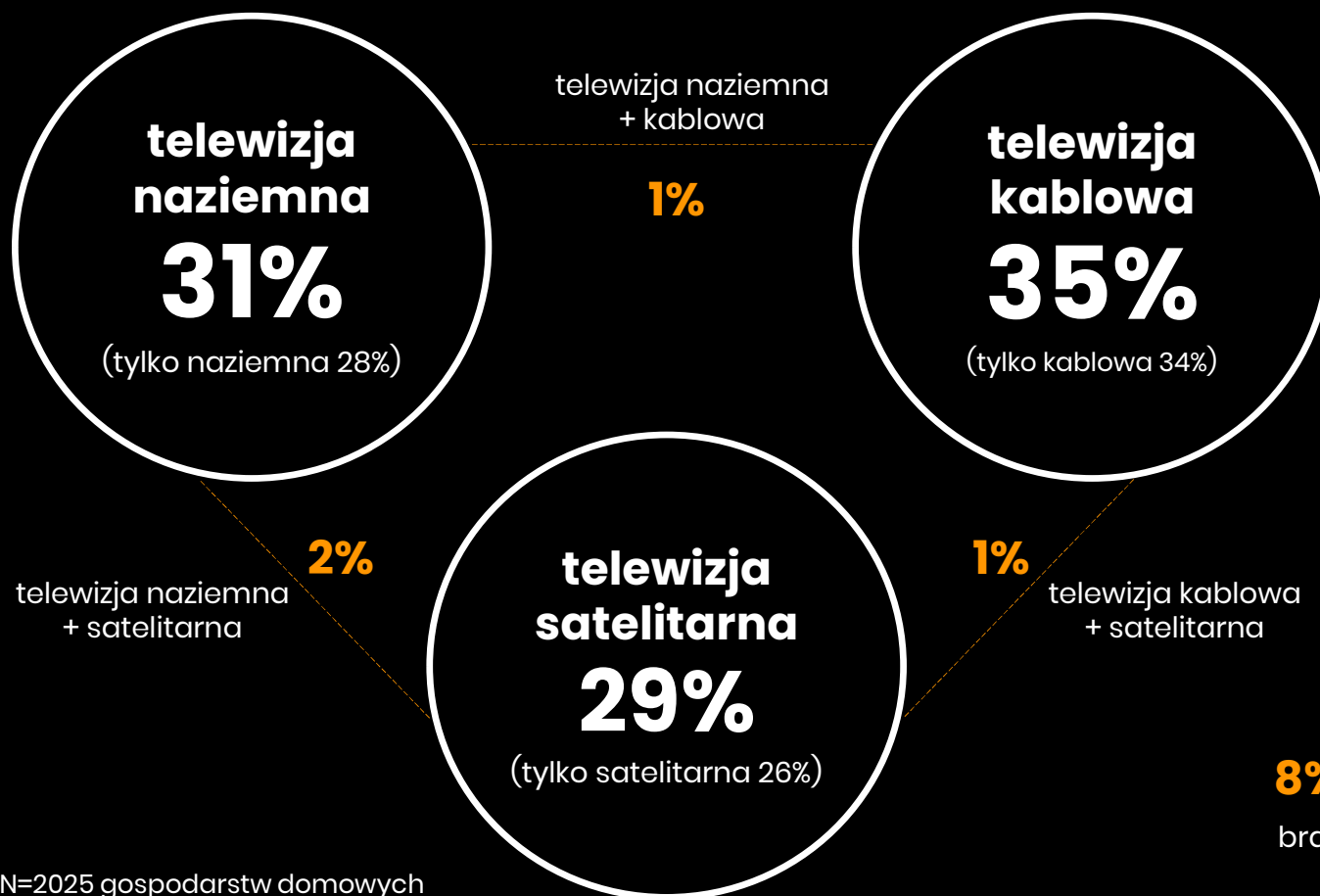
gospodarstw planuje w ciągu
najbliższych 12 miesięcy **wymienić
telewizor na nowy.**

podstawa: N=1848 gospodarstw posiadających telewizor

Oglądanie telewizji



Źródło sygnału telewizyjnego



podstawa: N=2025 gospodarstw domowych

Oglądanie telewizji



to blisko **12,4 mln**
gospodarstw domowych



Charakterystyka „demograficzna” gospodarstw ...



oglądających telewizję

nieoglądających telewizji

wielkość gospodarstwa

jednoosobowe
dwuosobowe +

26%
74% ↑

36% ↑
64%

średni wiek głowy gospodarstwa

53 lata ↑

49 lat

miejsce zamieszkania

wieś
miasto

32%
68%

33%
67%

dzieci w wieku do 18 lat

34%

29%

średni dochód gospodarstwa netto

4 413 zł

4 253 zł

podstawa: liczba gospodarstw domowych N=1719

N=306

↑ wynik istotnie wyższy statystycznie

telewizja tradycyjna: oglądanie programów
/audycji telewizyjnych “na żywo” zgodnie
z programem telewizyjnym na telewizorze

Do czego używany jest telewizor



85%

do oglądania telewizji „na żywo”
(tv naziemna, kablówka, satelita)
i do innych celów

68%

wyłącznie do oglądania telewizji „na żywo”
(tv naziemna, kablówka, satelita)

7%

do oglądania telewizji przez Internet „na żywo”



23%

do oglądania filmów lub programów
przez aplikacje i serwisy VOD

7%

do oglądania materiałów wideo na Youtube

7%

do oglądania filmów na DVD lub BluRay

7%

do gier

Słuchanie radia



Słuchanie radia



to blisko **11,2 mln**
gospodarstw domowych



podstawa: N=2025 gospodarstw domowych

Charakterystyka „demograficzna” gospodarstw ...



słuchających
radia

nieśłuchających
radia

wielkość gospodarstwa

jednoosobowe
dwuosobowe +

24%
76% ↑

40% ↑
60%

średni wiek głowy gospodarstwa

52 lata

53 lat

miejsce zamieszkania

wieś
miasto

33%
67%

30%
70%

dzieci w wieku do 18 lat

35% ↑

26%

średni dochód gospodarstwa netto

4 685 zł ↑

3 496 zł

podstawa: liczba gospodarstw domowych N=1544

N=481

↑ wynik istotnie wyższy statystycznie

Korzystanie z Internetu



Korzystanie z Internetu



to blisko **12,2 mln**
gospodarstw domowych



podstawa: N=2025 gospodarstw domowych

Charakterystyka „demograficzna” gospodarstw ...



korzystających z Internetu

niekorzystających z Internetu

wielkość gospodarstwa

jednoosobowe
dwuosobowe +

21%
79% ↑

65% ↑
35%

średni wiek głowy gospodarstwa

48 lata

73 lat ↑

miejsce zamieszkania

wieś
miasto

31%
69% ↑

38% ↑
62%

dzieci w wieku do 18 lat

39% ↑

1%

średni dochód gospodarstwa netto

4 965 zł ↑

2 205 zł

podstawa: liczba gospodarstw domowych N=1646

N=379

↑ wynik istotnie wyższy statystycznie

Nota metodologiczna



Badanie Założycielskie to

- badanie Krajowego Instytutu Mediów, opisujące sposób korzystania z mediów przez mieszkańców Polski oraz wyposażenie gospodarstw domowych w urządzenia do odbioru mediów.
- Badanie uprawnia do wnioskowania o populacji gospodarstw domowych oraz mieszkańców Polski w wieku 4 lat i więcej.
- Projekt jest realizowany od lipca 2021 roku na losowej, ogólnopolskiej i reprezentatywnej próbie adresowej z operatu TERYT Głównego Urzędu Statystycznego (GUS).
- Wywiady prowadzone są bezpośrednio z wykorzystaniem techniki CAPI (z ang. Computer Assisted Personal Interview).
- Uzyskane w trakcie wywiadów dane są ważone do struktury populacji określonej przez GUS dla cech: płeć, wiek, miejsce zamieszkania (województwo oraz klasa wielkości miejscowości).



Zapraszamy do kontaktu

<https://kim.gov.pl/>
email: biuro@kim.gov.pl