

Krajowy
Instytut
Mediów



KIM Badanie Założycielskie

Dane skumulowane
lipiec 2021 – marzec 2022

Dane na poziomie indywidualnym (IND)



www.kim.gov.pl

Ogólna informacja o Badaniu Założycielskim	11
Populacja badana i operat losowania próby	12
Próba do Badania Założycielskiego	13
Konstrukcja Systemu wag	14
Wyniki	16
Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)	17
Tabela 1: Płeć	17
Tabela 2: Wiek	26
Tabela 3: Wykształcenie	35
Tabela 4: Wielkość miejscowości	44
Tabela 5: Region	53
Tabela 6: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	62
Tabela 7: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	71
Tabela 8: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	80
Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	89
Tabela 9: Płeć	89
Tabela 10: Wiek	90
Tabela 11: Wykształcenie	91
Tabela 12: Wielkość miejscowości	92
Tabela 13: Region	93
Tabela 14: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	94
Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	95
Tabela 15: Płeć	95
Tabela 16: Wiek	96
Tabela 17: Wykształcenie	97
Tabela 18: Wielkość miejscowości	98
Tabela 19: Region	99
Tabela 20: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	100
Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	101
Tabela 21: Płeć	101
Tabela 22: Wiek	102
Tabela 23: Wykształcenie	103
Tabela 24: Wielkość miejscowości	104
Tabela 25: Region	105
Tabela 26: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	106
Korzystanie z VOD (ostatnie 30 dni)	107

Tabela 27: Płeć	107
Tabela 28: Wiek	108
Tabela 29: Wykształcenie	109
Tabela 30: Wielkość miejscowości	110
Tabela 31: Region.....	111
Tabela 32: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	112
Korzystanie z You Tube (ostatnie 30 dni).....	113
Tabela 33: Płeć	113
Tabela 34: Wiek	114
Tabela 35: Wykształcenie	115
Tabela 36: Wielkość miejscowości	116
Tabela 37: Region.....	117
Tabela 38: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	118
Korzystanie z muzyki ze streamingu (ostatnie 30 dni).....	119
Tabela 39: Płeć	119
Tabela 40: Wiek	120
Tabela 41: Wykształcenie.....	121
Tabela 42: Wielkość miejscowości	122
Tabela 43: Region	123
Tabela 44: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	124
Korzystanie z podcastów (ostatnie 30 dni)	125
Tabela 45: Płeć.....	125
Tabela 46: Wiek	126
Tabela 47: Wykształcenie.....	127
Tabela 48: Wielkość miejscowości	128
Tabela 49: Region	129
Tabela 50: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	130
Czytanie prasy (ostatnie 30 dni)	131
Tabela 51: Płeć	131
Tabela 52: Wiek	132
Tabela 53: Wykształcenie	133
Tabela 54: Wielkość miejscowości	134
Tabela 55: Region	135
Tabela 56: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	136
Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni	137
Tabela 57: Płeć	137
Tabela 58: Wiek	139
Tabela 59: Wykształcenie	141

Tabela 60: Wielkość miejscowości.....	143
Tabela 61: Region.....	145
Korzystanie z telefonu komórkowego.....	147
Tabela 62: Płeć.....	147
Tabela 63: Wiek.....	148
Tabela 64: Wykształcenie.....	149
Tabela 65: Wielkość miejscowości.....	150
Tabela 66: Region.....	151
Tabela 67: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	152
Tabela 68: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	153
Tabela 69: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	154
Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy	155
Tabela 70: Płeć.....	155
Tabela 71: Wiek.....	156
Tabela 72: Wykształcenie.....	157
Tabela 73: Wielkość miejscowości	158
Tabela 74: Region.....	159
Tabela 75: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	160
Tabela 76: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	161
Tabela 77: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	162
Typ własności komórki	163
Tabela 78: Płeć.....	163
Tabela 79: Wiek.....	164
Tabela 80: Wykształcenie.....	165
Tabela 81: Wielkość miejscowości	166
Tabela 82: Region	167
Tabela 83: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	168
Tabela 84: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	169
Tabela 85: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	170
Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)	171
Tabela 86: Płeć.....	171
Tabela 87: Wiek.....	172
Tabela 88: Wykształcenie.....	173
Tabela 89: Wielkość miejscowości.....	174
Tabela 90: Region	175
Tabela 91: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	176
Tabela 92: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	177

Tabela 93: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	178
Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)	179
Tabela 94: Płeć	179
Tabela 95: Wiek	180
Tabela 96: Wykształcenie	181
Tabela 97: Wielkość miejscowości	182
Tabela 98: Region	183
Tabela 99: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	184
Tabela 100: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	185
Tabela 101: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	186
Kino – ostatnie 12 miesięcy	187
Tabela 102: Płeć	187
Tabela 103: Wiek	188
Tabela 104: Wykształcenie	189
Tabela 105: Wielkość miejscowości	190
Tabela 106: Region	191
Tabela 107: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	192
Tabela 108: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	193
Tabela 109: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	194
Teatr – ostatnie 12 miesięcy	195
Tabela 110: Płeć	195
Tabela 111: Wiek	196
Tabela 112: Wykształcenie	197
Tabela 113: Wielkość miejscowości	198
Tabela 114: Region	199
Tabela 115: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	200
Tabela 116: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	201
Tabela 117: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	202
Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy	203
Tabela 118: Płeć	203
Tabela 119: Wiek	204
Tabela 120: Wykształcenie	205
Tabela 121: Wielkość miejscowości	206
Tabela 122: Region	207
Tabela 123: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	208
Tabela 124: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	209
Tabela 125: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	210

Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy	211
Tabela 126: Płeć	211
Tabela 127: Wiek	212
Tabela 128: Wykształcenie	213
Tabela 129: Wielkość miejscowości	214
Tabela 130: Region	215
Tabela 131: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	216
Tabela 132: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	217
Tabela 133: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	218
Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy	219
Tabela 134: Płeć	219
Tabela 135: Wiek	220
Tabela 136: Wykształcenie	221
Tabela 137: Wielkość miejscowości	222
Tabela 138: Region	223
Tabela 139: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	224
Tabela 140: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	225
Tabela 141: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	226
Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy	227
Tabela 142: Płeć	227
Tabela 143: Wiek	228
Tabela 144: Wykształcenie	229
Tabela 145: Wielkość miejscowości	230
Tabela 146: Region	231
Tabela 147: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	232
Tabela 148: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	233
Tabela 149: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	234
Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy	235
Tabela 150: Płeć	235
Tabela 151: Wiek	236
Tabela 152: Wykształcenie	237
Tabela 153: Wielkość miejscowości	238
Tabela 154: Region	239
Tabela 155: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	240
Tabela 156: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	241
Tabela 157: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	242
Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy	243
Tabela 158: Płeć	243

Tabela 159: Wiek.....	244
Tabela 160: Wykształcenie.....	245
Tabela 161: Wielkość miejscowości.....	246
Tabela 162: Region.....	247
Tabela 163: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	248
Tabela 164: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	249
Tabela 165: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	250
Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy	252
Tabela 166: Płeć.....	252
Tabela 167: Wiek.....	253
Tabela 168: Wykształcenie.....	254
Tabela 169: Wielkość miejscowości	255
Tabela 170: Region.....	256
Tabela 171: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	257
Tabela 172: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	258
Tabela 173: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	259
Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy	260
Tabela 174: Płeć.....	260
Tabela 175: Wiek.....	261
Tabela 176: Wykształcenie	262
Tabela 177: Wielkość miejscowości.....	263
Tabela 178: Region.....	264
Tabela 179: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	265
Tabela 180: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	266
Tabela 181: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	267
Wydarzenie sportowe stadion \ hala – ostatnie 12 miesięcy.....	268
Tabela 182: Płeć	268
Tabela 183: Wiek.....	269
Tabela 184: Wykształcenie.....	270
Tabela 185: Wielkość miejscowości	271
Tabela 186: Region.....	272
Tabela 187: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	273
Tabela 188: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	274
Tabela 189: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	275
Płeć	276
Tabela 190: Wiek.....	276
Tabela 191: Wykształcenie.....	277

Tabela 192: Wielkość miejscowości.....	278
Tabela 193: Region.....	279
Tabela 194: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	280
Tabela 195: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	281
Tabela 196: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	282
Wiek.....	283
Tabela 197: Płeć.....	283
Tabela 198: Wykształcenie.....	285
Tabela 199: Wielkość miejscowości	287
Tabela 200: Region.....	289
Tabela 201: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	291
Tabela 202: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	293
Tabela 203: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	295
Wykształcenie.....	297
Tabela 204: Płeć	297
Tabela 205: Wiek.....	298
Tabela 206: Wielkość miejscowości	299
Tabela 207: Region.....	300
Tabela 208: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	301
Tabela 209: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	302
Tabela 210: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	303
Status zawodowy	304
Tabela 211: Płeć.....	304
Tabela 212: Wiek	305
Tabela 213: Wykształcenie	306
Tabela 214: Wielkość miejscowości.....	307
Tabela 215: Region.....	308
Tabela 216: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	309
Tabela 217: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	310
Tabela 218: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	311
Region.....	312
Tabela 219: Płeć	312
Tabela 220: Wiek.....	314
Tabela 221: Wykształcenie	316
Tabela 222: Wielkość miejscowości.....	318
Tabela 223: Region.....	320
Tabela 224: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	322

Tabela 225: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	324
Tabela 226: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	326
Wielkość gosp. domowego	328
Tabela 227: Płeć.....	328
Tabela 228: Wiek.....	329
Tabela 229: Wykształcenie.....	330
Tabela 230: Wielkość miejscowości	331
Tabela 231: Region	332
Tabela 232: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	333
Tabela 233: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	334
Tabela 234: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	335
Miejsce zamieszkania	336
Tabela 235: Płeć	336
Tabela 236: Wiek.....	337
Tabela 237: Wykształcenie	338
Tabela 238: Region.....	339
Tabela 239: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	340
Tabela 240: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	341
Tabela 241: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	342
Wielkość miejscowości	343
Tabela 242: Płeć	343
Tabela 243: Wiek.....	344
Tabela 244: Wykształcenie.....	345
Tabela 245: Region.....	346
Tabela 246: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	347
Tabela 247: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	348
Tabela 248: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	349
Własna ocena sytuacji materialnej.....	350
Tabela 249: Płeć.....	350
Tabela 250: Wiek.....	351
Tabela 251: Wykształcenie	352
Tabela 252: Wielkość miejscowości	353
Tabela 253: Region.....	354
Tabela 254: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)	355
Tabela 255: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)	356
Tabela 256: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)	357

Szacowane przedziały ufności dla wybranych wskaźników	358
--	------------



Ogólna informacja o Badaniu Założycielskim

**Badanie Założycielskie
prowadzone przez
Krajowym Instytut Mediów
jest kluczowym badaniem
populacyjnym, którego
celem jest charakterystyka
konsumenta mediów
elektronicznych
w Polsce.**

Przedmiotem badania jest stwierdzenie obiektywnych faktów dotyczących sposobów i częstości korzystania z mediów elektronicznych oraz wyposażenia gospodarstw domowych i poszczególnych ich członków w urządzenia do odbioru mediów elektronicznych. W odniesieniu do wielu zagadnień będzie to spis z natury (pantry check) z bezpośrednim udziałem ankietera, wymagający wiedzy specjalistycznej.

Badanie ma na celu dokonanie z dużą precyzją szacunków rozpowszechnienia poszczególnych zjawisk i postaw w społeczeństwie związanych z konsumpcją mediów elektronicznych oraz wyposażenia gospodarstw domowych w urządzenia do ich odbioru, zatem zarówno na poziomie ogólnopolskim jak i regionalnym oraz lokalnym, musi ono bazować na próbie losowej o dużej liczebności.



Populacja badana i operat losowania próby



Populację badaną stanowią gospodarstwa domowe oraz wszyscy członkowie gospodarstw domowych w wieku 4 lata i więcej. Badaniu podlegają wyłącznie prywatne gospodarstwa domowe. Nie podlegają badaniu gospodarstwa domowe zamieszkałe w obiektach zbiorowego zakwaterowania (internat, hotel robotniczy, dom rencisty, klasztor itp.), z wyjątkiem gospodarstw domowych pracowników zamieszkałych w tych obiektach z tytułu wykonywanej pracy (np. kierownik hotelu, dozorca).

Operatem losowania próby do badania jest wyciąg wszystkich adresów z bazy Krajowego Rejestru Urzędowego Podziału Terytorialnego Kraju (TERYT). Przed losowaniem próby wykluczono z bazy rekordy oznaczone jako niezamieszkałe.



Próba do Badania Założycielskiego

Próba do BZ została opracowana na bazie statystyk z publikacji pt. „Prognoza gospodarstw domowych na lata 2016–2050”.

Próba została wylosowana jednorazowo na cały rok.

Próba do BZ ma charakter warstwowo-losowy, przy czym warstwy stanowią:

- Dzielnice miast: Warszawa, Kraków, Łódź, Poznań i Wrocław (razem 37 dzielnic, klasy wielkości miejscowości 8 i 9);
- 392 miasta o liczebności ponad 10 tys. mieszkańców i poniżej 500 tys. (klasy wielkości GUS od 3 do 7);
- 73 warstwy miast w klasie wielkości 2 – poniżej 10 tys. mieszkańców w poszczególnych podregionach NUTS-3;

- 73 warstwy wsi w poszczególnych podregionach NUTS-3.

W sumie próba obejmuje 575 warstw: 502 warstwy miejskie (37 dzielnic, 392 miast, 73 podregiony) i 73 warstwy wiejskie. Liczebności próby w poszczególnych warstwach są proporcjonalne do liczebności adresów w tych warstwach.

Losowanie adresów w ramach poszczególnych warstw odbyło się w procedurze wielostopniowej:

- w ramach każdej warstwy (dzielnica, miasto, warstwa małych miast w podregionie, warstwa wsi w podregionie) wylosowana została taka liczba rejonów statystycznych, jaka wynika z podzielenia liczebności próby w warstwie przez 4 (liczba adresów losowanych następnie w rejonie); losowanie (ze zwracaniem) rejonów statystycznych odbyło się z prawdopodobieństwem proporcjonalnym do liczby adresów w rejonie statystycznym
- w ramach wylosowanych rejonów statystycznych zostały wylosowane po 4 adresy (bądź ich krotność w przypadku wielokrotnego wylosowania tego samego rejonu)

Do każdego adresu wylosowanego zgodnie z powyższym opisem (próba zasadnicza) dołosowano 6 adresów w ramach tego samego rejonu –



stanowiące rezerwę wykonawczą w przypadku niemożności zrealizowania badania. Ankieter był zobligowany do rejestrowania przyczyn niezrealizowania wywiadu.

Próba była realizowana w trybie do wyczerpania (min. 4 próby kontaktu w różnych dniach tygodnia, różnych tygodniach i porach dnia). W przypadku niezrealizowania wszystkich wywiadów pod wylosowanymi w próbie zasadniczej adresami, ankieter mógł skorzystać z 4 prób rezerwowych. Kolejne adresy były udostępniane przez KIM po przeanalizowaniu przyczyn niezrealizowania badania w ramach dostarczonej puli adresów.

Próba osób (wywiady z poszczególnymi osobami – członkami gospodarstwa) została zrealizowana

poprzez zaproponowanie udziału w tej części badania wszystkim osobom w wieku 4+ (4–12 lat wywiad z opiekunem, 13–16 lat pod nadzorem opiekuna). Udział w badaniu dzieci musiał być przeprowadzony zgodnie z wymogami prawa za zgodą opiekunów prawnych.

Przed przystąpieniem do losowania próby, rejony statystyczne liczące poniżej 50 adresów połączono z innymi sąsiadującymi rejonami (w ramach gmin, a w 5 największych miastach w ramach dzielnic).

Wylosowaną próbę roczną podzielono na 12 jednakowych części z przeznaczeniem do realizacji w kolejnych miesiącach. Warstwowanie prób miesięcznych obejmowało 16 województw i 9 klas wielkości miejscowości.



Konstrukcja Systemu wag

Dla uogólniania uzyskanych na podstawie próby wyników BZ na badaną populację w układzie ogólnopolskim oraz na podpopulacje w wybranych przekrojach typologicznych gospodarstw domowych oraz osób zastosowano zintegrowany system wag.



Wagi te mają na celu przywrócenie w trakcie obliczeń pierwotnej struktury próby, zniekształconej odmowami uczestnictwa w badaniu (odmowami badanych gospodarstw i ich członków). Ważenie miało także na celu skorygowanie rozkładów cech z próby (tak gospodarstw domowych jak i osób) w oparciu o dane dostępne z niezależnych i wiarygodnych źródeł o rozkładach tych cech dla populacji. Tego typu ważenie eliminuje błędy losowe tkwiące w dobranej próbie.

Przy szacunku tych wag były uwzględniane:

- prawdopodobieństwa wyboru do próby mieszkań i gospodarstw domowych,
- poziom kompletności badania,
- struktura demograficzna populacji gospodarstw domowych i osób w populacji generalnej na podstawie danych pochodzących z zewnętrznych źródeł (NSP 2011 oraz prognoz demograficznych GUS).

W ramach badania zostały obliczone następujące podstawowe wagi przekrojowe:

- dla gospodarstw domowych,
- dla osób w wieku 16 lat i więcej,
- dla dzieci w wieku 13–15 lat,
- dla dzieci w wieku 4–12 lat.

Punktem wyjścia do obliczeń wag było wyznaczenie wag początkowych dla wszystkich gospodarstw domowych wylosowanych do badania. Waga początkowa dla gospodarstwa domowego

wynikała z przyjętego planu losowania próby i była równa odwrotności prawdopodobieństwa wyboru mieszkania, w którym zamieszkuje badane gospodarstwo domowe.

W kolejnym kroku waga początkowa była korygowana ze względu na kompletność badania, na poziomie gospodarstwa domowego odpowiednim wskaźnikiem. Wskaźnik ten uwzględniał niemożność skontaktowania się z gospodarstwami domowymi w wylosowanym mieszkaniu oraz niemożność przeprowadzenia wywiadu w gospodarstwach, z którymi nastąpił kontakt (odmowy).

W kolejnym kroku wagi skorygowane zostały poddane tak zwanej procedurze zintegrowanej kalibracji.

Ideą metody zintegrowanej kalibracji jest jednoczesny szacunek wag dla gospodarstw domowych i ich członków. Jako zmienne kalibracyjne zostały wykorzystane następujące zmienne:

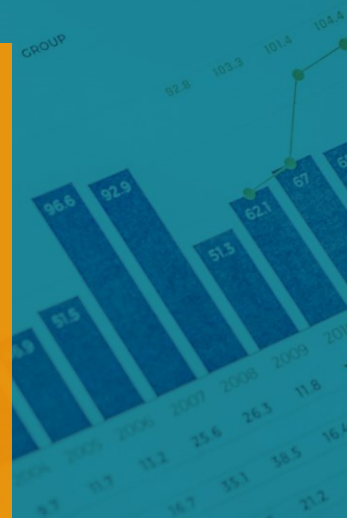
- na poziomie gospodarstwa domowego wykorzystano informacje o liczbie gospodarstw domowych według wielkości gospodarstwa domowego (wyróżniono 4 kategorie wielkości: 1-osobowe, 2-osobowe, 3-osobowe, z 4 osobami i więcej, 4 zmienne kalibracyjne) oraz o liczbie gospodarstw domowych według makroregionów (7 zmiennych kalibracyjnych),
- na poziomie osób wykorzystano informacje o płci oraz grupie wieku osób (wyróżnionych zostało 6 grup wieku: 0–3, 4–15, 16–29, 30–49, 50–64, 65 i więcej) w podziale na typ obszaru zamieszkania (miasto, wieś, 6x2x2=24 zmiennych kalibracyjnych).

Zintegrowana kalibracja została dokonana za pomocą procedury iteracyjnej, dostosowującej rozkłady zmiennych kalibracji uzyskiwane z próby do ich rozkładów w populacji generalnej.

W ramach procedury kalibracji zawarty był element obcinania wag ekstremalnych. Zbyt duże zróżnicowanie wag byłoby niekorzystne dla precyzji estymacji, gdyż zwiększyłoby wariancję estymatorów.

W efekcie stosowania procedury kalibracji otrzymaliśmy wagi skalibrowane dla gospodarstw domowych oraz ich członków dla próby.

Prezentowane tabele zawierają dane ekstrapolowane na ogół mieszkańców Polski w wieku 4 lata i więcej. Dane pochodzą z badania, które objęło reprezentatywną próbę 17 143 osób. Przeprowadzono wywiady z osobami w wieku od 4 roku życia na temat indywidualnej konsumpcji treści mediowych oraz użytkowania poszczególnych urządzeń do ich odbioru.



Wyniki

Pomiar

lipiec 2021 – marzec 2022

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
TELEFON (NET)			
(000s)	33 042	17 083	15 959
%V	90,1%	89,9%	90,2%
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)			
(000s)	32 445	16 691	15 753
%V	88,5%	87,9%	89,1%
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym			
(000s)	27 589	14 065	13 524
%V	75,2%	74,1%	76,5%
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon			
(000s)	5 220	2 817	2 403
%V	14,2%	14,8%	13,6%
Telefon stacjonarny			
(000s)	4 198	2 491	1 707
%V	11,5%	13,1%	9,7%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
TELEWIZOR (NET)			
(000s)	33 742	17 442	16 300
%V	92,0%	91,8%	92,2%
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu			
(000s)	18 061	9 570	8 491
%V	49,2%	50,4%	48,0%
Telewizor Smart TV			
(000s)	17 653	8 836	8 817
%V	48,1%	46,5%	49,9%
RADIO (NET)			
(000s)	29 451	14 804	14 647
%V	80,3%	77,9%	82,8%
Radio w samochodzie			
(000s)	24 478	11 729	12 748
%V	66,7%	61,8%	72,1%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Przenośne radio			
(000s)	13 450	7 090	6 360
%V	36,7%	37,3%	36,0%
Zestaw typu wieża hifi z radiem			
(000s)	6 410	3 195	3 216
%V	17,5%	16,8%	18,2%
Radiobudzik			
(000s)	2 901	1 487	1 415
%V	7,9%	7,8%	8,0%
Inne stacjonarne lub wbudowane radio			
(000s)	1 507	796	710
%V	4,1%	4,2%	4,0%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 z wbudowanym radiem			
(000s)	742	353	389
%V	2,0%	1,9%	2,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe			
(000s)	721	293	428
%V	2,0%	1,5%	2,4%
KOMPUTER \ TABLET (NET)			
(000s)	24 219	12 155	12 064
%V	66,0%	64,0%	68,2%
LAPTOP (NET)			
(000s)	20 932	10 617	10 315
%V	57,1%	55,9%	58,3%
Komputer przenośny (laptop, notebook)			
(000s)	20 624	10 451	10 174
%V	56,2%	55,0%	57,5%
Komputer stacjonarny			
(000s)	6 148	2 920	3 228
%V	16,8%	15,4%	18,3%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Tablet			
(000s)	4 943	2 589	2 354
%V	13,5%	13,6%	13,3%
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny			
(000s)	934	480	453
%V	2,6%	2,5%	2,6%
INNE URZĄDZENIA			
(000s)	27 512	13 958	13 555
%V	75,0%	73,5%	76,6%
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe			
(000s)	11 219	5 286	5 933
%V	30,6%	27,8%	33,6%
Dekoder telewizji kablowej			
(000s)	10 396	5 490	4 907
%V	28,3%	28,9%	27,7%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Antena satelitarna			
(000s)	12 208	6 061	6 147
%V	33,3%	31,9%	34,8%
Dekoder telewizji satelitarnej			
(000s)	11 213	5 522	5 691
%V	30,6%	29,1%	32,2%
Odtwarzacz CD			
(000s)	4 143	2 016	2 127
%V	11,3%	10,6%	12,0%
Odtwarzacz \ nagrywarka DVD lub Blue-ray			
(000s)	3 505	1 698	1 807
%V	9,6%	8,9%	10,2%
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth			
(000s)	2 766	1 381	1 385
%V	7,5%	7,3%	7,8%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Dysk przenośny do przechowywania danych			
(000s)	2 750	1 283	1 468
%V	7,5%	6,8%	8,3%
Smartwatch			
(000s)	2 547	1 242	1 305
%V	6,9%	6,5%	7,4%
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation			
(000s)	3 545	1 237	2 308
%V	9,7%	6,5%	13,1%
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną			
(000s)	1 814	1 042	772
%V	5,0%	5,5%	4,4%
Kino domowe zestaw z głośnikami			
(000s)	2 731	1 313	1 418
%V	7,4%	6,9%	8,0%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora			
(000s)	2 406	1 159	1 247
%V	6,6%	6,1%	7,1%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 bez wbudowanego radia			
(000s)	1 248	613	635
%V	3,4%	3,2%	3,6%
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet			
(000s)	755	473	281
%V	2,1%	2,5%	1,6%
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych			
(000s)	473	240	233
%V	1,3%	1,3%	1,3%
Przystawka smart tv \ TV BOX			
(000s)	640	303	337
%V	1,7%	1,6%	1,9%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 1: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home			
(000s)	501	239	262
%V	1,4%	1,3%	1,5%
Projektor multimedialny \ rzutnik			
(000s)	498	212	286
%V	1,4%	1,1%	1,6%
żadne			
(000s)	433	257	176
%V	1,2%	1,4%	1,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
TELEFON (NET)										
(000s)	33 042	1 308	1 718	3 664	4 878	5 825	5 082	4 503	6 065	
%V	90,1%	45,2%	92,5%	98,8%	98,1%	97,6%	95,9%	93,7%	84,5%	
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)										
(000s)	32 445	1 294	1 718	3 658	4 869	5 799	5 038	4 460	5 609	
%V	88,5%	44,7%	92,5%	98,7%	98,0%	97,2%	95,0%	92,8%	78,2%	
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym										
(000s)	27 589	1 234	1 699	3 637	4 810	5 657	4 693	3 465	2 395	
%V	75,2%	42,7%	91,5%	98,1%	96,8%	94,8%	88,5%	72,1%	33,4%	
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon										
(000s)	5 220	61	19	68	132	210	440	1 034	3 257	
%V	14,2%	2,1%	1,0%	1,8%	2,7%	3,5%	8,3%	21,5%	45,4%	
Telefon stacjonarny										
(000s)	4 198	51	36	308	396	654	797	612	1 344	
%V	11,5%	1,8%	2,0%	8,3%	8,0%	11,0%	15,0%	12,7%	18,7%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
TELEWIZOR (NET)										
(000s)	33 742	2 658	1 748	3 302	4 475	5 418	5 020	4 498	6 623	
%V	92,0%	91,9%	94,1%	89,1%	90,0%	90,8%	94,7%	93,6%	92,3%	
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu										
(000s)	18 061	1 179	765	1 461	1 875	2 347	2 502	2 836	5 095	
%V	49,2%	40,8%	41,2%	39,4%	37,7%	39,3%	47,2%	59,0%	71,0%	
Telewizor Smart TV										
(000s)	17 653	1 602	1 089	2 094	2 880	3 400	2 800	1 928	1 858	
%V	48,1%	55,4%	58,6%	56,5%	57,9%	57,0%	52,8%	40,1%	25,9%	
RADIO (NET)										
(000s)	29 451	1 837	1 171	2 910	4 235	5 278	4 591	4 003	5 425	
%V	80,3%	63,5%	63,0%	78,5%	85,2%	88,4%	86,6%	83,3%	75,6%	
Radio w samochodzie										
(000s)	24 478	1 683	1 023	2 633	3 979	4 955	4 092	3 218	2 896	
%V	66,7%	58,2%	55,1%	71,0%	80,1%	83,0%	77,2%	67,0%	40,4%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Przenośne radio										
(000s)	13 450	601	379	1 137	1 468	1 869	1 974	2 183	3 838	
%V	36,7%	20,8%	20,4%	30,7%	29,5%	31,3%	37,2%	45,4%	53,5%	
Zestaw typu wieża hifi z radiem										
(000s)	6 410	445	360	846	1 066	1 346	1 123	665	560	
%V	17,5%	15,4%	19,4%	22,8%	21,4%	22,6%	21,2%	13,8%	7,8%	
Radiobudzik										
(000s)	2 901	115	76	373	402	516	590	427	402	
%V	7,9%	4,0%	4,1%	10,1%	8,1%	8,7%	11,1%	8,9%	5,6%	
Inne stacjonarne lub wbudowane radio										
(000s)	1 507	60	41	103	125	259	238	253	428	
%V	4,1%	2,1%	2,2%	2,8%	2,5%	4,3%	4,5%	5,3%	6,0%	
Odtwarzacz MP3\MP4 z wbudowanym radiem										
(000s)	742	36	43	202	131	143	128	40	19	
%V	2,0%	1,3%	2,3%	5,5%	2,6%	2,4%	2,4%	0,8%	0,3%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe										
(000s)	721	19	40	211	122	125	121	56	27	
%V	2,0%	0,7%	2,1%	5,7%	2,5%	2,1%	2,3%	1,2%	0,4%	
KOMPUTER \ TABLET (NET)										
(000s)	24 219	1 901	1 711	3 473	4 464	5 004	3 815	2 485	1 366	
%V	66,0%	65,7%	92,1%	93,7%	89,8%	83,8%	72,0%	51,7%	19,0%	
LAPTOP (NET)										
(000s)	20 932	1 342	1 399	3 221	4 127	4 483	3 260	2 096	1 005	
%V	57,1%	46,4%	75,3%	86,9%	83,0%	75,1%	61,5%	43,6%	14,0%	
Komputer przenośny (laptop, notebook)										
(000s)	20 624	1 332	1 388	3 174	4 076	4 395	3 219	2 053	988	
%V	56,2%	46,1%	74,7%	85,6%	82,0%	73,6%	60,7%	42,7%	13,8%	
Komputer stacjonarny										
(000s)	6 148	286	311	992	956	1 347	1 157	661	438	
%V	16,8%	9,9%	16,8%	26,8%	19,2%	22,6%	21,8%	13,8%	6,1%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Tablet										
(000s)	4 943	806	516	700	945	937	570	284	185	
%V	13,5%	27,9%	27,8%	18,9%	19,0%	15,7%	10,8%	5,9%	2,6%	
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny										
(000s)	934	16	23	219	183	231	143	69	51	
%V	2,6%	0,6%	1,2%	5,9%	3,7%	3,9%	2,7%	1,4%	0,7%	
INNE URZĄDZENIA										
(000s)	27 512	2 094	1 646	3 320	4 236	4 953	4 087	3 244	3 933	
%V	75,0%	72,4%	88,6%	89,5%	85,2%	83,0%	77,1%	67,5%	54,8%	
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe										
(000s)	11 219	672	1 099	2 437	2 423	2 199	1 443	629	315	
%V	30,6%	23,2%	59,2%	65,7%	48,8%	36,9%	27,2%	13,1%	4,4%	
Dekoder telewizji kablowej										
(000s)	10 396	768	462	1 053	1 543	1 902	1 518	1 244	1 906	
%V	28,3%	26,6%	24,9%	28,4%	31,1%	31,9%	28,6%	25,9%	26,6%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Antena satelitarna										
(000s)	12 208	922	750	1 476	1 699	2 067	1 961	1 648	1 685	
%V	33,3%	31,9%	40,4%	39,8%	34,2%	34,6%	37,0%	34,3%	23,5%	
Dekoder telewizji satelitarnej										
(000s)	11 213	857	695	1 361	1 598	1 931	1 815	1 483	1 472	
%V	30,6%	29,6%	37,4%	36,7%	32,2%	32,4%	34,2%	30,9%	20,5%	
Odtwarzacz CD										
(000s)	4 143	256	227	574	691	818	641	448	489	
%V	11,3%	8,8%	12,2%	15,5%	13,9%	13,7%	12,1%	9,3%	6,8%	
Odtwarzacz\ nagrywarka DVD lub Blue-ray										
(000s)	3 505	245	200	541	590	717	557	299	358	
%V	9,6%	8,5%	10,7%	14,6%	11,9%	12,0%	10,5%	6,2%	5,0%	
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth										
(000s)	2 766	150	211	655	708	576	285	126	55	
%V	7,5%	5,2%	11,3%	17,7%	14,2%	9,7%	5,4%	2,6%	0,8%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Dysk przenośny do przechowywania danych										
(000s)	2 750	40	119	573	619	689	439	184	87	
%V	7,5%	1,4%	6,4%	15,5%	12,5%	11,6%	8,3%	3,8%	1,2%	
Smartwatch										
(000s)	2 547	54	179	552	579	693	314	119	57	
%V	6,9%	1,9%	9,6%	14,9%	11,6%	11,6%	5,9%	2,5%	0,8%	
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation										
(000s)	3 545	489	479	822	693	690	275	69	28	
%V	9,7%	16,9%	25,8%	22,2%	13,9%	11,6%	5,2%	1,5%	0,4%	
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną										
(000s)	1 814	102	127	349	490	420	150	108	69	
%V	5,0%	3,5%	6,8%	9,4%	9,9%	7,0%	2,8%	2,2%	1,0%	
Kino domowe zestaw z głośnikami										
(000s)	2 731	172	126	430	530	602	528	223	119	
%V	7,4%	6,0%	6,8%	11,6%	10,7%	10,1%	10,0%	4,7%	1,7%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba - Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora										
(000s)	2 406	245	128	243	551	523	381	222	113	
%V	6,6%	8,5%	6,9%	6,6%	11,1%	8,8%	7,2%	4,6%	1,6%	
Odtwarzacz MP3 \MP4 bez wbudowanego radia										
(000s)	1 248	66	126	381	188	202	194	55	38	
%V	3,4%	2,3%	6,8%	10,3%	3,8%	3,4%	3,7%	1,2%	0,5%	
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet										
(000s)	755	6	30	164	192	201	84	50	28	
%V	2,1%	0,2%	1,6%	4,4%	3,9%	3,4%	1,6%	1,0%	0,4%	
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych										
(000s)	473	6	5	56	68	97	50	80	111	
%V	1,3%	0,2%	0,3%	1,5%	1,4%	1,6%	1,0%	1,7%	1,6%	
Przystawka smart tv \ TV BOX										
(000s)	640	46	54	92	97	178	95	44	34	
%V	1,7%	1,6%	2,9%	2,5%	2,0%	3,0%	1,8%	0,9%	0,5%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba - Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 2: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home										
(000s)	501	23	18	138	115	75	69	26	38	
%V	1,4%	0,8%	1,0%	3,7%	2,3%	1,3%	1,3%	0,5%	0,5%	
Projektor multimedialny \ rzutnik										
(000s)	498	11	22	142	94	113	55	31	30	
%V	1,4%	0,4%	1,2%	3,8%	1,9%	1,9%	1,0%	0,7%	0,4%	
żadne										
(000s)	433	62	5	3	18	45	23	52	225	
%V	1,2%	2,1%	0,3%	0,1%	0,4%	0,8%	0,4%	1,1%	3,1%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
TELEFON (NET)						
(000s)	33 042	2 611	3 605	8 133	12 832	5 862
%V	90,1%	60,4%	83,8%	92,8%	96,9%	96,8%
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)						
(000s)	32 445	2 597	3 388	7 948	12 687	5 824
%V	88,5%	60,1%	78,8%	90,7%	95,8%	96,2%
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym						
(000s)	27 589	2 523	2 212	5 707	11 515	5 633
%V	75,2%	58,3%	51,4%	65,1%	87,0%	93,0%
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon						
(000s)	5 220	76	1 202	2 337	1 342	264
%V	14,2%	1,8%	27,9%	26,7%	10,1%	4,4%
Telefon stacjonarny						
(000s)	4 198	70	572	1 002	1 705	849
%V	11,5%	1,6%	13,3%	11,4%	12,9%	14,0%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
TELEWIZOR (NET)						
(000s)	33 742	4 004	3 924	8 276	12 273	5 265
%V	92,0%	92,6%	91,2%	94,5%	92,7%	87,0%
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu						
(000s)	18 061	1 786	2 522	5 494	6 405	1 854
%V	49,2%	41,3%	58,6%	62,7%	48,4%	30,6%
Telewizor Smart TV						
(000s)	17 653	2 431	1 570	3 266	6 673	3 713
%V	48,1%	56,2%	36,5%	37,3%	50,4%	61,3%
RADIO (NET)						
(000s)	29 451	2 739	2 902	7 139	11 354	5 317
%V	80,3%	63,3%	67,5%	81,5%	85,8%	87,8%
Radio w samochodzie						
(000s)	24 478	2 486	1 716	5 546	9 840	4 890
%V	66,7%	57,5%	39,9%	63,3%	74,3%	80,8%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Przenośne radio						
(000s)	13 450	897	1 751	4 145	4 852	1 804
%V	36,7%	20,8%	40,7%	47,3%	36,7%	29,8%
Zestaw typu wieża hifi z radiem						
(000s)	6 410	726	468	1 133	2 585	1 497
%V	17,5%	16,8%	10,9%	12,9%	19,5%	24,7%
Radiobudzik						
(000s)	2 901	181	231	826	1 191	472
%V	7,9%	4,2%	5,4%	9,4%	9,0%	7,8%
Inne stacjonarne lub wbudowane radio						
(000s)	1 507	81	213	400	529	283
%V	4,1%	1,9%	5,0%	4,6%	4,0%	4,7%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 z wbudowanym radiem						
(000s)	742	75	92	116	275	184
%V	2,0%	1,7%	2,1%	1,3%	2,1%	3,0%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe						
(000s)	721	40	109	142	312	118
%V	2,0%	0,9%	2,5%	1,6%	2,4%	2,0%
KOMPUTER \ TABLET (NET)						
(000s)	24 219	3 217	1 835	3 827	9 892	5 448
%V	66,0%	74,4%	42,7%	43,7%	74,7%	90,0%
LAPTOP (NET)						
(000s)	20 932	2 388	1 643	3 182	8 668	5 051
%V	57,1%	55,2%	38,2%	36,3%	65,5%	83,4%
Komputer przenośny (laptop, notebook)						
(000s)	20 624	2 371	1 612	3 132	8 536	4 973
%V	56,2%	54,8%	37,5%	35,8%	64,5%	82,2%
Komputer stacjonarny						
(000s)	6 148	489	551	977	2 490	1 641
%V	16,8%	11,3%	12,8%	11,2%	18,8%	27,1%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Tablet						
(000s)	4 943	1 231	414	539	1 640	1 120
%V	13,5%	28,5%	9,6%	6,2%	12,4%	18,5%
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny						
(000s)	934	32	111	138	373	279
%V	2,6%	0,7%	2,6%	1,6%	2,8%	4,6%
INNE URZĄDZENIA						
(000s)	27 512	3 343	2 551	5 765	10 624	5 230
%V	75,0%	77,3%	59,3%	65,8%	80,2%	86,4%
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe						
(000s)	11 219	1 475	1 208	1 491	4 234	2 811
%V	30,6%	34,1%	28,1%	17,0%	32,0%	46,4%
Dekoder telewizji kablowej						
(000s)	10 396	1 125	833	2 124	4 003	2 311
%V	28,3%	26,0%	19,4%	24,3%	30,2%	38,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Antena satelitarna						
(000s)	12 208	1 492	1 223	2 962	4 897	1 633
%V	33,3%	34,5%	28,4%	33,8%	37,0%	27,0%
Dekoder telewizji satelitarnej						
(000s)	11 213	1 378	1 151	2 678	4 520	1 486
%V	30,6%	31,9%	26,8%	30,6%	34,1%	24,6%
Odtwarzacz CD						
(000s)	4 143	405	342	701	1 573	1 121
%V	11,3%	9,4%	8,0%	8,0%	11,9%	18,5%
Odtwarzacz \ nagrywarka DVD lub Blue-ray						
(000s)	3 505	401	308	635	1 273	888
%V	9,6%	9,3%	7,2%	7,3%	9,6%	14,7%
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth						
(000s)	2 766	309	278	246	1 123	810
%V	7,5%	7,1%	6,5%	2,8%	8,5%	13,4%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Dysk przenośny do przechowywania danych						
(000s)	2 750	120	269	261	1 007	1 094
%V	7,5%	2,8%	6,3%	3,0%	7,6%	18,1%
Smartwatch						
(000s)	2 547	187	213	209	911	1 026
%V	6,9%	4,3%	5,0%	2,4%	6,9%	17,0%
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation						
(000s)	3 545	844	451	465	1 095	690
%V	9,7%	19,5%	10,5%	5,3%	8,3%	11,4%
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną						
(000s)	1 814	210	107	162	728	607
%V	5,0%	4,9%	2,5%	1,9%	5,5%	10,0%
Kino domowe zestaw z głośnikami						
(000s)	2 731	267	218	366	1 038	843
%V	7,4%	6,2%	5,1%	4,2%	7,8%	13,9%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora						
(000s)	2 406	350	138	337	885	697
%V	6,6%	8,1%	3,2%	3,8%	6,7%	11,5%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 bez wbudowanego radia						
(000s)	1 248	157	150	145	542	254
%V	3,4%	3,6%	3,5%	1,7%	4,1%	4,2%
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet						
(000s)	755	24	66	20	279	366
%V	2,1%	0,6%	1,5%	0,2%	2,1%	6,0%
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych						
(000s)	473	9	26	77	172	189
%V	1,3%	0,2%	0,6%	0,9%	1,3%	3,1%
Przystawka smart tv \ TV BOX						
(000s)	640	91	49	108	211	181
%V	1,7%	2,1%	1,1%	1,2%	1,6%	3,0%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 3: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home						
(000s)	501	34	92	74	191	111
%V	1,4%	0,8%	2,1%	0,8%	1,4%	1,8%
Projektor multimedialny \ rzutnik						
(000s)	498	27	47	52	208	164
%V	1,4%	0,6%	1,1%	0,6%	1,6%	2,7%
żadne						
(000s)	433	67	99	118	91	58
%V	1,2%	1,5%	2,3%	1,4%	0,7%	1,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
TELEFON (NET)						
(000s)	33 042	13 117	4 346	6 035	5 336	4 208
%V	90,1%	89,1%	90,3%	89,0%	92,4%	91,7%
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)						
(000s)	32 445	12 830	4 262	5 963	5 251	4 139
%V	88,5%	87,2%	88,5%	87,9%	90,9%	90,2%
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym						
(000s)	27 589	10 722	3 549	5 104	4 487	3 727
%V	75,2%	72,9%	73,7%	75,2%	77,7%	81,2%
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon						
(000s)	5 220	2 250	746	950	833	441
%V	14,2%	15,3%	15,5%	14,0%	14,4%	9,6%
Telefon stacjonarny						
(000s)	4 198	1 726	564	583	846	480
%V	11,5%	11,7%	11,7%	8,6%	14,7%	10,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
TELEWIZOR (NET)						
(000s)	33 742	13 753	4 506	6 250	5 305	3 928
%V	92,0%	93,5%	93,6%	92,1%	91,8%	85,6%
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu						
(000s)	18 061	8 007	2 377	3 200	2 764	1 712
%V	49,2%	54,4%	49,4%	47,2%	47,9%	37,3%
Telewizor Smart TV						
(000s)	17 653	6 594	2 377	3 355	2 850	2 477
%V	48,1%	44,8%	49,4%	49,5%	49,3%	54,0%
RADIO (NET)						
(000s)	29 451	12 093	3 857	5 366	4 530	3 605
%V	80,3%	82,2%	80,1%	79,1%	78,4%	78,5%
Radio w samochodzie						
(000s)	24 478	10 403	3 161	4 365	3 633	2 915
%V	66,7%	70,7%	65,7%	64,3%	62,9%	63,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Przenośne radio						
(000s)	13 450	6 079	1 799	2 536	1 811	1 226
%V	36,7%	41,3%	37,4%	37,4%	31,4%	26,7%
Zestaw typu wieża hifi z radiem						
(000s)	6 410	2 333	832	1 235	1 137	873
%V	17,5%	15,9%	17,3%	18,2%	19,7%	19,0%
Radiobudzik						
(000s)	2 901	861	430	624	552	434
%V	7,9%	5,9%	8,9%	9,2%	9,6%	9,5%
Inne stacjonarne lub wbudowane radio						
(000s)	1 507	552	230	254	198	272
%V	4,1%	3,8%	4,8%	3,7%	3,4%	5,9%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 z wbudowanym radiem						
(000s)	742	291	118	163	94	76
%V	2,0%	2,0%	2,5%	2,4%	1,6%	1,7%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe						
(000s)	721	363	102	136	92	27
%V	2,0%	2,5%	2,1%	2,0%	1,6%	0,6%
KOMPUTER \ TABLET (NET)						
(000s)	24 219	9 218	3 053	4 411	3 966	3 572
%V	66,0%	62,6%	63,4%	65,0%	68,7%	77,8%
LAPTOP (NET)						
(000s)	20 932	7 817	2 647	3 934	3 372	3 162
%V	57,1%	53,1%	55,0%	58,0%	58,4%	68,9%
Komputer przenośny (laptop, notebook)						
(000s)	20 624	7 723	2 592	3 889	3 324	3 096
%V	56,2%	52,5%	53,8%	57,3%	57,6%	67,4%
Komputer stacjonarny						
(000s)	6 148	2 189	796	1 054	1 155	955
%V	16,8%	14,9%	16,5%	15,5%	20,0%	20,8%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Tablet						
(000s)	4 943	1 857	541	871	885	788
%V	13,5%	12,6%	11,3%	12,8%	15,3%	17,2%
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny						
(000s)	934	327	118	161	172	155
%V	2,6%	2,2%	2,5%	2,4%	3,0%	3,4%
INNE URZĄDZENIA						
(000s)	27 512	10 218	3 414	5 246	4 768	3 866
%V	75,0%	69,4%	70,9%	77,3%	82,5%	84,2%
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe						
(000s)	11 219	3 781	1 249	1 987	2 165	2 037
%V	30,6%	25,7%	25,9%	29,3%	37,5%	44,4%
Dekoder telewizji kablowej						
(000s)	10 396	1 053	1 190	2 599	2 980	2 574
%V	28,3%	7,2%	24,7%	38,3%	51,6%	56,1%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Antena satelitarna						
(000s)	12 208	6 736	1 700	1 980	1 187	605
%V	33,3%	45,8%	35,3%	29,2%	20,5%	13,2%
Dekoder telewizji satelitarnej						
(000s)	11 213	6 034	1 558	1 817	1 205	599
%V	30,6%	41,0%	32,4%	26,8%	20,9%	13,1%
Odtwarzacz CD						
(000s)	4 143	1 403	500	853	682	706
%V	11,3%	9,5%	10,4%	12,6%	11,8%	15,4%
Odtwarzacz \ nagrywarka DVD lub Blue-ray						
(000s)	3 505	1 183	460	603	745	514
%V	9,6%	8,0%	9,6%	8,9%	12,9%	11,2%
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth						
(000s)	2 766	842	306	488	469	662
%V	7,5%	5,7%	6,4%	7,2%	8,1%	14,4%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Dysk przenośny do przechowywania danych						
(000s)	2 750	830	345	495	528	552
%V	7,5%	5,6%	7,2%	7,3%	9,1%	12,0%
Smartwatch						
(000s)	2 547	729	295	470	420	632
%V	6,9%	5,0%	6,1%	6,9%	7,3%	13,8%
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation						
(000s)	3 545	1 277	343	712	569	644
%V	9,7%	8,7%	7,1%	10,5%	9,9%	14,0%
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną						
(000s)	1 814	521	228	339	235	490
%V	5,0%	3,5%	4,7%	5,0%	4,1%	10,7%
Kino domowe zestaw z głośnikami						
(000s)	2 731	910	333	440	566	482
%V	7,4%	6,2%	6,9%	6,5%	9,8%	10,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora						
(000s)	2 406	671	244	566	323	602
%V	6,6%	4,6%	5,1%	8,3%	5,6%	13,1%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 bez wbudowanego radia						
(000s)	1 248	532	180	233	156	148
%V	3,4%	3,6%	3,7%	3,4%	2,7%	3,2%
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet						
(000s)	755	186	27	125	213	203
%V	2,1%	1,3%	0,6%	1,8%	3,7%	4,4%
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych						
(000s)	473	120	41	107	86	119
%V	1,3%	0,8%	0,9%	1,6%	1,5%	2,6%
Przystawka smart tv \ TV BOX						
(000s)	640	198	75	125	92	149
%V	1,7%	1,4%	1,6%	1,9%	1,6%	3,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 4: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home						
(000s)	501	203	50	100	92	56
%V	1,4%	1,4%	1,0%	1,5%	1,6%	1,2%
Projektor multimedialny \ rzutnik						
(000s)	498	168	70	62	88	109
%V	1,4%	1,1%	1,4%	0,9%	1,5%	2,4%
żadne						
(000s)	433	103	46	140	86	58
%V	1,2%	0,7%	1,0%	2,1%	1,5%	1,3%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
TELEFON (NET)							
(000s)	33 042	4 957	5 475	3 258	6 738	6 726	5 888
%V	90,1%	88,8%	92,3%	87,6%	91,6%	88,8%	90,3%
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)							
(000s)	32 445	4 893	5 397	3 135	6 654	6 590	5 776
%V	88,5%	87,7%	91,0%	84,3%	90,4%	87,0%	88,6%
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym							
(000s)	27 589	4 081	4 653	2 793	5 618	5 784	4 660
%V	75,2%	73,1%	78,4%	75,1%	76,4%	76,4%	71,5%
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon							
(000s)	5 220	908	802	379	1 077	846	1 209
%V	14,2%	16,3%	13,5%	10,2%	14,6%	11,2%	18,6%
Telefon stacjonarny							
(000s)	4 198	466	766	555	858	881	673
%V	11,5%	8,4%	12,9%	14,9%	11,7%	11,6%	10,3%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
TELEWIZOR (NET)								
(000s)	33 742	5 109	5 640	3 368	6 529	7 050	6 047	
%V	92,0%	91,5%	95,1%	90,6%	88,7%	93,1%	92,8%	
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu								
(000s)	18 061	2 633	2 226	1 659	3 456	3 592	4 494	
%V	49,2%	47,2%	37,5%	44,6%	47,0%	47,4%	69,0%	
Telewizor Smart TV								
(000s)	17 653	2 794	3 984	1 877	3 353	3 853	1 792	
%V	48,1%	50,1%	67,1%	50,5%	45,6%	50,9%	27,5%	
RADIO (NET)								
(000s)	29 451	3 978	5 245	2 931	6 089	6 362	4 844	
%V	80,3%	71,3%	88,4%	78,9%	82,8%	84,0%	74,3%	
Radio w samochodzie								
(000s)	24 478	3 036	4 618	2 344	5 029	5 436	4 015	
%V	66,7%	54,4%	77,8%	63,1%	68,4%	71,8%	61,6%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
Przenośne radio								
(000s)	13 450	1 992	2 703	1 394	2 415	2 468	2 479	
%V	36,7%	35,7%	45,6%	37,5%	32,8%	32,6%	38,0%	
Zestaw typu wieża hifi z radiem								
(000s)	6 410	667	1 361	655	1 628	1 228	871	
%V	17,5%	12,0%	22,9%	17,6%	22,1%	16,2%	13,4%	
Radiobudzik								
(000s)	2 901	313	1 152	485	347	406	199	
%V	7,9%	5,6%	19,4%	13,0%	4,7%	5,4%	3,1%	
Inne stacjonarne lub wbudowane radio								
(000s)	1 507	155	135	138	502	170	405	
%V	4,1%	2,8%	2,3%	3,7%	6,8%	2,3%	6,2%	
Odtwarzacz MP3\MP4 z wbudowanym radiem								
(000s)	742	173	297	18	140	68	46	
%V	2,0%	3,1%	5,0%	0,5%	1,9%	0,9%	0,7%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe							
(000s)	721	180	362	26	43	22	88
%V	2,0%	3,2%	6,1%	0,7%	0,6%	0,3%	1,4%
KOMPUTER \ TABLET (NET)							
(000s)	24 219	3 489	4 238	2 384	5 080	5 076	3 952
%V	66,0%	62,5%	71,4%	64,1%	69,1%	67,0%	60,6%
LAPTOP (NET)							
(000s)	20 932	3 030	3 683	2 162	4 406	4 224	3 429
%V	57,1%	54,3%	62,1%	58,2%	59,9%	55,8%	52,6%
Komputer przenośny (laptop, notebook)							
(000s)	20 624	2 959	3 622	2 141	4 339	4 166	3 398
%V	56,2%	53,0%	61,0%	57,6%	59,0%	55,0%	52,1%
Komputer stacjonarny							
(000s)	6 148	681	1 132	503	1 483	1 408	941
%V	16,8%	12,2%	19,1%	13,5%	20,2%	18,6%	14,4%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Tablet							
(000s)	4 943	891	902	306	1 266	796	782
%V	13,5%	16,0%	15,2%	8,2%	17,2%	10,5%	12,0%
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny							
(000s)	934	181	234	59	186	125	150
%V	2,6%	3,2%	3,9%	1,6%	2,5%	1,6%	2,3%
INNE URZĄDZENIA							
(000s)	27 512	4 036	4 994	2 799	5 955	5 391	4 337
%V	75,0%	72,3%	84,2%	75,3%	81,0%	71,2%	66,6%
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe							
(000s)	11 219	1 501	2 614	816	2 886	1 839	1 563
%V	30,6%	26,9%	44,1%	22,0%	39,2%	24,3%	24,0%
Dekoder telewizji kablowej							
(000s)	10 396	1 576	2 530	802	2 188	2 005	1 295
%V	28,3%	28,2%	42,6%	21,6%	29,7%	26,5%	19,9%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Antena satelitarna							
(000s)	12 208	1 700	2 032	1 532	2 335	2 272	2 337
%V	33,3%	30,5%	34,2%	41,2%	31,7%	30,0%	35,9%
Dekoder telewizji satelitarnej							
(000s)	11 213	1 532	1 881	1 382	2 229	2 169	2 019
%V	30,6%	27,5%	31,7%	37,2%	30,3%	28,6%	31,0%
Odtwarzacz CD							
(000s)	4 143	397	481	231	1 918	476	641
%V	11,3%	7,1%	8,1%	6,2%	26,1%	6,3%	9,8%
Odtwarzacz \ nagrywarka DVD lub Blue-ray							
(000s)	3 505	242	708	142	1 466	624	325
%V	9,6%	4,3%	11,9%	3,8%	19,9%	8,2%	5,0%
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth							
(000s)	2 766	412	713	125	789	362	366
%V	7,5%	7,4%	12,0%	3,4%	10,7%	4,8%	5,6%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
Dysk przenośny do przechowywania danych								
(000s)	2 750	433	539	142	933	265	439	
%V	7,5%	7,8%	9,1%	3,8%	12,7%	3,5%	6,7%	
Smartwatch								
(000s)	2 547	415	592	271	753	283	233	
%V	6,9%	7,4%	10,0%	7,3%	10,2%	3,7%	3,6%	
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation								
(000s)	3 545	625	1 140	228	732	513	307	
%V	9,7%	11,2%	19,2%	6,1%	10,0%	6,8%	4,7%	
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną								
(000s)	1 814	181	415	118	581	334	186	
%V	5,0%	3,2%	7,0%	3,2%	7,9%	4,4%	2,9%	
Kino domowe zestaw z głośnikami								
(000s)	2 731	299	578	350	634	452	417	
%V	7,4%	5,4%	9,7%	9,4%	8,6%	6,0%	6,4%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora								
(000s)	2 406	147	1 023	242	647	201	147	
%V	6,6%	2,6%	17,2%	6,5%	8,8%	2,7%	2,3%	
Odtwarzacz MP3 \ MP4 bez wbudowanego radia								
(000s)	1 248	283	190	59	336	150	231	
%V	3,4%	5,1%	3,2%	1,6%	4,6%	2,0%	3,5%	
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet								
(000s)	755	80	97	56	238	163	121	
%V	2,1%	1,4%	1,6%	1,5%	3,2%	2,2%	1,9%	
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych								
(000s)	473	86	27	37	171	81	71	
%V	1,3%	1,5%	0,5%	1,0%	2,3%	1,1%	1,1%	
Przystawka smart tv \ TV BOX								
(000s)	640	88	117	67	138	174	56	
%V	1,7%	1,6%	2,0%	1,8%	1,9%	2,3%	0,9%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 5: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home								
(000s)	501	70	205	61	71	33	61	
%V	1,4%	1,3%	3,5%	1,6%	1,0%	0,4%	0,9%	
Projektor multimedialny \ rzutnik								
(000s)	498	56	103	13	154	91	81	
%V	1,4%	1,0%	1,7%	0,3%	2,1%	1,2%	1,2%	
żadne								
(000s)	433	41	31	43	154	108	56	
%V	1,2%	0,7%	0,5%	1,2%	2,1%	1,4%	0,9%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
TELEFON (NET)				
(000s)	33 042	29 854	25 277	26 467
%V	90,1%	90,3%	91,7%	93,9%
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)				
(000s)	32 445	29 288	24 826	26 370
%V	88,5%	88,5%	90,0%	93,6%
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym				
(000s)	27 589	24 634	21 270	25 793
%V	75,2%	74,5%	77,1%	91,5%
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon				
(000s)	5 220	4 961	3 818	878
%V	14,2%	15,0%	13,9%	3,1%
Telefon stacjonarny				
(000s)	4 198	3 894	3 521	2 950
%V	11,5%	11,8%	12,8%	10,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
TELEWIZOR (NET)				
(000s)	33 742	31 759	25 781	25 968
%V	92,0%	96,0%	93,5%	92,2%
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu				
(000s)	18 061	17 477	13 506	11 829
%V	49,2%	52,8%	49,0%	42,0%
Telewizor Smart TV				
(000s)	17 653	16 154	13 940	15 835
%V	48,1%	48,8%	50,6%	56,2%
RADIO (NET)				
(000s)	29 451	26 790	25 432	23 640
%V	80,3%	81,0%	92,2%	83,9%
Radio w samochodzie				
(000s)	24 478	22 194	21 223	21 348
%V	66,7%	67,1%	77,0%	75,8%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Przenośne radio				
(000s)	13 450	12 456	11 865	9 532
%V	36,7%	37,7%	43,0%	33,8%
Zestaw typu wieża hifi z radiem				
(000s)	6 410	5 972	5 816	5 999
%V	17,5%	18,1%	21,1%	21,3%
Radiobudzik				
(000s)	2 901	2 738	2 543	2 485
%V	7,9%	8,3%	9,2%	8,8%
Inne stacjonarne lub wbudowane radio				
(000s)	1 507	1 448	1 385	1 092
%V	4,1%	4,4%	5,0%	3,9%
Odtwarzacz MP3\MP4 z wbudowanym radiem				
(000s)	742	612	543	713
%V	2,0%	1,9%	2,0%	2,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe				
(000s)	721	564	430	660
%V	2,0%	1,7%	1,6%	2,3%
KOMPUTER \ TABLET (NET)				
(000s)	24 219	21 447	18 856	23 607
%V	66,0%	64,8%	68,4%	83,8%
LAPTOP (NET)				
(000s)	20 932	18 444	16 373	20 451
%V	57,1%	55,8%	59,4%	72,6%
Komputer przenośny (laptop, notebook)				
(000s)	20 624	18 206	16 158	20 154
%V	56,2%	55,0%	58,6%	71,5%
Komputer stacjonarny				
(000s)	6 148	5 475	5 130	6 034
%V	16,8%	16,6%	18,6%	21,4%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Tablet				
(000s)	4 943	4 442	3 791	4 807
%V	13,5%	13,4%	13,8%	17,1%
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny				
(000s)	934	714	683	906
%V	2,6%	2,2%	2,5%	3,2%
INNE URZĄDZENIA				
(000s)	27 512	25 293	21 444	23 455
%V	75,0%	76,5%	77,8%	83,2%
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe				
(000s)	11 219	9 896	8 903	10 943
%V	30,6%	29,9%	32,3%	38,8%
Dekoder telewizji kablowej				
(000s)	10 396	9 973	8 095	8 737
%V	28,3%	30,2%	29,4%	31,0%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Antena satelitarna				
(000s)	12 208	11 808	9 681	10 221
%V	33,3%	35,7%	35,1%	36,3%
Dekoder telewizji satelitarnej				
(000s)	11 213	10 897	9 088	9 474
%V	30,6%	32,9%	33,0%	33,6%
Odtwarzacz CD				
(000s)	4 143	3 794	3 575	3 919
%V	11,3%	11,5%	13,0%	13,9%
Odtwarzacz \ nagrywarka DVD lub Blue-ray				
(000s)	3 505	3 258	3 211	3 322
%V	9,6%	9,9%	11,7%	11,8%
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth				
(000s)	2 766	2 370	2 266	2 715
%V	7,5%	7,2%	8,2%	9,6%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Dysk przenośny do przechowywania danych				
(000s)	2 750	2 323	2 340	2 712
%V	7,5%	7,0%	8,5%	9,6%
Smartwatch				
(000s)	2 547	2 223	2 081	2 516
%V	6,9%	6,7%	7,6%	8,9%
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation				
(000s)	3 545	3 225	2 829	3 446
%V	9,7%	9,8%	10,3%	12,2%
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną				
(000s)	1 814	1 484	1 438	1 765
%V	5,0%	4,5%	5,2%	6,3%
Kino domowe zestaw z głośnikami				
(000s)	2 731	2 557	2 396	2 640
%V	7,4%	7,7%	8,7%	9,4%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora				
(000s)	2 406	2 242	2 050	2 339
%V	6,6%	6,8%	7,4%	8,3%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 bez wbudowanego radia				
(000s)	1 248	1 091	948	1 227
%V	3,4%	3,3%	3,4%	4,4%
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet				
(000s)	755	629	628	747
%V	2,1%	1,9%	2,3%	2,7%
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych				
(000s)	473	414	405	405
%V	1,3%	1,3%	1,5%	1,4%
Przystawka smart tv \ TV BOX				
(000s)	640	499	482	612
%V	1,7%	1,5%	1,8%	2,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 6: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home				
(000s)	501	420	349	472
%V	1,4%	1,3%	1,3%	1,7%
Projektor multimedialny \ rzutnik				
(000s)	498	392	399	479
%V	1,4%	1,2%	1,5%	1,7%
Żadne				
(000s)	433	334	216	165
%V	1,2%	1,0%	0,8%	0,6%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%
TELEFON (NET)				
(000s)	33 042	30 521	27 046	26 766
%V	90,1%	90,3%	91,7%	93,9%
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)				
(000s)	32 445	29 946	26 569	26 668
%V	88,5%	88,6%	90,1%	93,6%
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym				
(000s)	27 589	25 255	22 780	26 052
%V	75,2%	74,7%	77,2%	91,4%
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon				
(000s)	5 220	5 029	4 078	934
%V	14,2%	14,9%	13,8%	3,3%
Telefon stacjonarny				
(000s)	4 198	3 948	3 716	2 979
%V	11,5%	11,7%	12,6%	10,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%	
TELEWIZOR (NET)					
(000s)	33 742	32 323	27 548	26 248	
%V	92,0%	95,7%	93,4%	92,1%	
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu					
(000s)	18 061	17 671	14 332	11 973	
%V	49,2%	52,3%	48,6%	42,0%	
Telewizor Smart TV					
(000s)	17 653	16 569	14 970	15 998	
%V	48,1%	49,0%	50,7%	56,1%	
RADIO (NET)					
(000s)	29 451	27 371	26 808	23 893	
%V	80,3%	81,0%	90,9%	83,8%	
Radio w samochodzie					
(000s)	24 478	22 715	22 360	21 582	
%V	66,7%	67,2%	75,8%	75,7%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%
Przenośne radio				
(000s)	13 450	12 718	12 494	9 635
%V	36,7%	37,6%	42,4%	33,8%
Zestaw typu wieża hifi z radiem				
(000s)	6 410	6 061	6 058	6 010
%V	17,5%	17,9%	20,5%	21,1%
Radiobudzik				
(000s)	2 901	2 781	2 688	2 508
%V	7,9%	8,2%	9,1%	8,8%
Inne stacjonarne lub wbudowane radio				
(000s)	1 507	1 464	1 429	1 098
%V	4,1%	4,3%	4,8%	3,9%
Odtwarzacz MP3\MP4 z wbudowanym radiem				
(000s)	742	659	632	731
%V	2,0%	2,0%	2,1%	2,6%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%	
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe					
(000s)	721	636	563	707	
%V	2,0%	1,9%	1,9%	2,5%	
KOMPUTER \ TABLET (NET)					
(000s)	24 219	22 053	20 166	23 849	
%V	66,0%	65,3%	68,4%	83,7%	
LAPTOP (NET)					
(000s)	20 932	18 997	17 494	20 667	
%V	57,1%	56,2%	59,3%	72,5%	
Komputer przenośny (laptop, notebook)					
(000s)	20 624	18 746	17 256	20 365	
%V	56,2%	55,5%	58,5%	71,5%	
Komputer stacjonarny					
(000s)	6 148	5 622	5 427	6 076	
%V	16,8%	16,6%	18,4%	21,3%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%
Tablet				
(000s)	4 943	4 616	4 109	4 851
%V	13,5%	13,7%	13,9%	17,0%
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny				
(000s)	934	779	754	922
%V	2,6%	2,3%	2,6%	3,2%
INNE URZĄDZENIA				
(000s)	27 512	25 878	22 954	23 680
%V	75,0%	76,6%	77,8%	83,1%
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe				
(000s)	11 219	10 233	9 616	11 031
%V	30,6%	30,3%	32,6%	38,7%
Dekoder telewizji kablowej				
(000s)	10 396	10 138	8 636	8 808
%V	28,3%	30,0%	29,3%	30,9%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%
Antena satelitarna				
(000s)	12 208	11 994	10 365	10 329
%V	33,3%	35,5%	35,1%	36,2%
Dekoder telewizji satelitarnej				
(000s)	11 213	11 052	9 731	9 561
%V	30,6%	32,7%	33,0%	33,6%
Odtwarzacz CD				
(000s)	4 143	3 885	3 735	3 934
%V	11,3%	11,5%	12,7%	13,8%
Odtwarzacz \ nagrywarka DVD lub Blue-ray				
(000s)	3 505	3 349	3 345	3 330
%V	9,6%	9,9%	11,3%	11,7%
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth				
(000s)	2 766	2 450	2 446	2 736
%V	7,5%	7,3%	8,3%	9,6%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%
Dysk przenośny do przechowywania danych				
(000s)	2 750	2 420	2 493	2 725
%V	7,5%	7,2%	8,5%	9,6%
Smartwatch				
(000s)	2 547	2 305	2 222	2 529
%V	6,9%	6,8%	7,5%	8,9%
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation				
(000s)	3 545	3 319	2 999	3 463
%V	9,7%	9,8%	10,2%	12,2%
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną				
(000s)	1 814	1 573	1 544	1 794
%V	5,0%	4,7%	5,2%	6,3%
Kino domowe zestaw z głośnikami				
(000s)	2 731	2 588	2 512	2 649
%V	7,4%	7,7%	8,5%	9,3%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora				
(000s)	2 406	2 286	2 151	2 345
%V	6,6%	6,8%	7,3%	8,2%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 bez wbudowanego radia				
(000s)	1 248	1 157	1 029	1 240
%V	3,4%	3,4%	3,5%	4,4%
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet				
(000s)	755	656	657	749
%V	2,1%	1,9%	2,2%	2,6%
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych				
(000s)	473	419	423	405
%V	1,3%	1,2%	1,4%	1,4%
Przystawka smart tv \ TV BOX				
(000s)	640	517	536	614
%V	1,7%	1,5%	1,8%	2,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 7: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%	
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home					
(000s)	501	454	430	490	
%V	1,4%	1,3%	1,5%	1,7%	
Projektor multimedialny \ rzutnik					
(000s)	498	422	429	479	
%V	1,4%	1,3%	1,5%	1,7%	
żadne					
(000s)	433	335	227	165	
%V	1,2%	1,0%	0,8%	0,6%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
TELEFON (NET)				
(000s)	33 042	31 163	28 470	26 922
%V	90,1%	90,4%	91,7%	93,8%
TELEFON KOMÓRKOWY (NET)				
(000s)	32 445	30 586	27 982	26 822
%V	88,5%	88,7%	90,1%	93,4%
Smartfon – telefon komórkowy z ekranem dotykowym				
(000s)	27 589	25 834	23 994	26 145
%V	75,2%	74,9%	77,3%	91,1%
Telefon komórkowy bez ekranu dotykowego nie smartfon				
(000s)	5 220	5 105	4 323	994
%V	14,2%	14,8%	13,9%	3,5%
Telefon stacjonarny				
(000s)	4 198	4 016	3 837	3 001
%V	11,5%	11,7%	12,4%	10,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
TELEWIZOR (NET)				
(000s)	33 742	32 804	28 944	26 422
%V	92,0%	95,1%	93,2%	92,0%
Telewizor kineskopowy lub płaski bez fabrycznej opcji dostępu do Internetu				
(000s)	18 061	17 806	15 086	12 100
%V	49,2%	51,6%	48,6%	42,2%
Telewizor Smart TV				
(000s)	17 653	16 939	15 684	16 056
%V	48,1%	49,1%	50,5%	55,9%
RADIO (NET)				
(000s)	29 451	27 898	27 703	24 012
%V	80,3%	80,9%	89,2%	83,7%
Radio w samochodzie				
(000s)	24 478	23 178	23 100	21 660
%V	66,7%	67,2%	74,4%	75,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 3/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
Przenośne radio				
(000s)	13 450	12 987	12 913	9 685
%V	36,7%	37,7%	41,6%	33,7%
Zestaw typu wieża hifi z radiem				
(000s)	6 410	6 121	6 135	6 013
%V	17,5%	17,8%	19,8%	21,0%
Radiobudzik				
(000s)	2 901	2 825	2 790	2 515
%V	7,9%	8,2%	9,0%	8,8%
Inne stacjonarne lub wbudowane radio				
(000s)	1 507	1 475	1 448	1 107
%V	4,1%	4,3%	4,7%	3,9%
Odtwarzacz MP3\MP4 z wbudowanym radiem				
(000s)	742	711	684	732
%V	2,0%	2,1%	2,2%	2,6%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 4/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
Słuchawki z wbudowanym radiem – przewodowe lub bezprzewodowe				
(000s)	721	717	669	708
%V	2,0%	2,1%	2,2%	2,5%
KOMPUTER \ TABLET (NET)				
(000s)	24 219	22 578	21 185	23 933
%V	66,0%	65,5%	68,3%	83,4%
LAPTOP (NET)				
(000s)	20 932	19 489	18 391	20 730
%V	57,1%	56,5%	59,3%	72,2%
Komputer przenośny (laptop, notebook)				
(000s)	20 624	19 209	18 122	20 425
%V	56,2%	55,7%	58,4%	71,2%
Komputer stacjonarny				
(000s)	6 148	5 743	5 689	6 087
%V	16,8%	16,7%	18,3%	21,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 5/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
Tablet				
(000s)	4 943	4 728	4 305	4 875
%V	13,5%	13,7%	13,9%	17,0%
Laptop z funkcją tabletu komputer konwergentny				
(000s)	934	838	839	927
%V	2,6%	2,4%	2,7%	3,2%
INNE URZĄDZENIA				
(000s)	27 512	26 370	24 039	23 793
%V	75,0%	76,5%	77,4%	82,9%
Słuchawki – przewodowe lub bezprzewodowe				
(000s)	11 219	10 502	10 124	11 034
%V	30,6%	30,5%	32,6%	38,4%
Dekoder telewizji kablowej				
(000s)	10 396	10 292	9 097	8 859
%V	28,3%	29,9%	29,3%	30,9%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 6/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706	
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%	
Antena satelitarna					
(000s)	12 208	12 120	10 703	10 391	
%V	33,3%	35,2%	34,5%	36,2%	
Dekoder telewizji satelitarnej					
(000s)	11 213	11 164	10 065	9 612	
%V	30,6%	32,4%	32,4%	33,5%	
Odtwarzacz CD					
(000s)	4 143	3 951	3 848	3 937	
%V	11,3%	11,5%	12,4%	13,7%	
Odtwarzacz \ nagrywarka DVD lub Blue-ray					
(000s)	3 505	3 395	3 402	3 330	
%V	9,6%	9,9%	11,0%	11,6%	
Głośnik bezprzewodowy Bluetooth					
(000s)	2 766	2 522	2 537	2 736	
%V	7,5%	7,3%	8,2%	9,5%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 7/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
Dysk przenośny do przechowywania danych				
(000s)	2 750	2 495	2 593	2 727
%V	7,5%	7,2%	8,4%	9,5%
Smartwatch				
(000s)	2 547	2 382	2 336	2 529
%V	6,9%	6,9%	7,5%	8,8%
Konsola do gier np. Xbox, PlayStation				
(000s)	3 545	3 402	3 167	3 466
%V	9,7%	9,9%	10,2%	12,1%
Smartbandy \ opaski FIT mierzące aktywność fizyczną				
(000s)	1 814	1 625	1 628	1 798
%V	5,0%	4,7%	5,2%	6,3%
Kino domowe zestaw z głośnikami				
(000s)	2 731	2 647	2 572	2 649
%V	7,4%	7,7%	8,3%	9,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 8/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
Soundbar inaczej listwa \ belka dźwiękowa do telewizora				
(000s)	2 406	2 307	2 215	2 348
%V	6,6%	6,7%	7,1%	8,2%
Odtwarzacz MP3 \ MP4 bez wbudowanego radia				
(000s)	1 248	1 193	1 117	1 240
%V	3,4%	3,5%	3,6%	4,3%
Czytnik elektroniczny do e-booków, e-gazet				
(000s)	755	673	693	749
%V	2,1%	2,0%	2,2%	2,6%
Gramofon do odtwarzania płyt winylowych „czarnych				
(000s)	473	430	446	407
%V	1,3%	1,3%	1,4%	1,4%
Przystawka smart tv \ TV BOX				
(000s)	640	541	565	616
%V	1,7%	1,6%	1,8%	2,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 9/9

Tabela 8: Urządzenia do odbioru mediów (dom \ poza domem)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%
Głośniki aktywowane głosem np. Amazon Alexa, Google Home				
(000s)	501	495	473	490
%V	1,4%	1,4%	1,5%	1,7%
Projektor multimedialny \ rzutnik				
(000s)	498	452	456	479
%V	1,4%	1,3%	1,5%	1,7%
żadne				
(000s)	433	341	235	179
%V	1,2%	1,0%	0,8%	0,6%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 9: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Telewizja tradycyjna			
(000s)	33 077	17 232	15 845
%V	90,2%	90,7%	89,6%
%H (Ogół IND)		52,1%	47,9%
Radio			
(000s)	27 574	13 926	13 648
%V	75,2%	73,3%	77,2%
%H (Ogół IND)		50,5%	49,5%
Internet			
(000s)	28 177	14 171	14 005
%V	76,8%	74,6%	79,2%
%H (Ogół IND)		50,3%	49,7%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)			
(000s)	23 541	12 754	10 788
%V	64,2%	67,1%	61,0%
%H (Ogół IND)		54,2%	45,8%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)			
(000s)	10 799	5 509	5 290
%V	29,4%	29,0%	29,9%
%H (Ogół IND)		51,0%	49,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 10: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Telewizja tradycyjna										
(000s)	33 077	2 602	1 711	3 080	4 198	5 256	4 858	4 532	6 839	
%V	90,2%	89,9%	92,1%	83,1%	84,5%	88,1%	91,6%	94,3%	95,3%	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,2%	9,3%	12,7%	15,9%	14,7%	13,7%	20,7%	
Radio										
(000s)	27 574	1 884	1 087	2 546	3 916	4 879	4 234	3 742	5 287	
%V	75,2%	65,1%	58,5%	68,7%	78,8%	81,7%	79,9%	77,9%	73,7%	
%H (Ogół IND)		6,8%	3,9%	9,2%	14,2%	17,7%	15,4%	13,6%	19,2%	
Internet										
(000s)	28 177	2 224	1 825	3 648	4 883	5 710	4 639	3 250	1 998	
%V	76,8%	76,9%	98,2%	98,4%	98,2%	95,7%	87,5%	67,6%	27,8%	
%H (Ogół IND)		7,9%	6,5%	13,0%	17,3%	20,3%	16,5%	11,5%	7,1%	
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)										
(000s)	23 541	690	812	2 369	3 151	4 042	3 812	3 553	5 111	
%V	64,2%	23,9%	43,7%	63,9%	63,4%	67,7%	71,9%	73,9%	71,2%	
%H (Ogół IND)		2,9%	3,5%	10,1%	13,4%	17,2%	16,2%	15,1%	21,7%	
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)										
(000s)	10 799	200	361	1 836	2 190	2 343	1 821	1 315	732	
%V	29,4%	6,9%	19,5%	49,5%	44,1%	39,3%	34,4%	27,4%	10,2%	
%H (Ogół IND)		1,9%	3,4%	17,0%	20,3%	21,7%	16,9%	12,2%	6,8%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 11: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Telewizja tradycyjna						
(000s)	33 077	3 939	3 940	8 266	11 941	4 992
%V	90,2%	91,1%	91,6%	94,4%	90,2%	82,5%
%H (Ogół IND)		11,9%	11,9%	25,0%	36,1%	15,1%
Radio						
(000s)	27 574	2 719	2 809	6 701	10 352	4 994
%V	75,2%	62,9%	65,3%	76,5%	78,2%	82,5%
%H (Ogół IND)		9,9%	10,2%	24,3%	37,5%	18,1%
Internet						
(000s)	28 177	3 628	2 052	5 324	11 381	5 793
%V	76,8%	83,9%	47,7%	60,8%	86,0%	95,7%
%H (Ogół IND)		12,9%	7,3%	18,9%	40,4%	20,6%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	23 541	1 279	2 532	6 025	9 165	4 541
%V	64,2%	29,6%	58,9%	68,8%	69,2%	75,0%
%H (Ogół IND)		5,4%	10,8%	25,6%	38,9%	19,3%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	10 799	452	895	1 997	4 439	3 017
%V	29,4%	10,4%	20,8%	22,8%	33,5%	49,8%
%H (Ogół IND)		4,2%	8,3%	18,5%	41,1%	27,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 12: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Telewizja tradycyjna						
(000s)	33 077	13 494	4 328	6 196	5 220	3 839
%V	90,2%	91,7%	89,9%	91,3%	90,4%	83,6%
%H (Ogół IND)		40,8%	13,1%	18,7%	15,8%	11,6%
Radio						
(000s)	27 574	11 342	3 504	4 804	4 346	3 579
%V	75,2%	77,1%	72,8%	70,8%	75,2%	78,0%
%H (Ogół IND)		41,1%	12,7%	17,4%	15,8%	13,0%
Internet						
(000s)	28 177	10 844	3 606	5 241	4 615	3 871
%V	76,8%	73,7%	74,9%	77,3%	79,9%	84,3%
%H (Ogół IND)		38,5%	12,8%	18,6%	16,4%	13,7%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	23 541	9 037	3 120	4 410	3 869	3 105
%V	64,2%	61,4%	64,8%	65,0%	67,0%	67,7%
%H (Ogół IND)		38,4%	13,3%	18,7%	16,4%	13,2%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	10 799	4 045	1 308	2 023	1 938	1 485
%V	29,4%	27,5%	27,2%	29,8%	33,5%	32,4%
%H (Ogół IND)		37,5%	12,1%	18,7%	17,9%	13,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 13: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Telewizja tradycyjna							
(000s)	33 077	4 904	5 291	3 365	6 556	6 793	6 168
%V	90,2%	87,9%	89,2%	90,5%	89,1%	89,7%	94,7%
%H (Ogół IND)		14,8%	16,0%	10,2%	19,8%	20,5%	18,7%
Radio							
(000s)	27 574	3 468	4 351	2 858	5 987	6 050	4 860
%V	75,2%	62,1%	73,3%	76,9%	81,4%	79,9%	74,6%
%H (Ogół IND)		12,6%	15,8%	10,4%	21,7%	21,9%	17,6%
Internet							
(000s)	28 177	4 048	4 659	2 850	5 783	6 157	4 679
%V	76,8%	72,5%	78,5%	76,7%	78,6%	81,3%	71,8%
%H (Ogół IND)		14,4%	16,5%	10,1%	20,5%	21,9%	16,6%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)							
(000s)	23 541	3 309	4 562	2 591	4 913	4 316	3 850
%V	64,2%	59,3%	76,9%	69,7%	66,8%	57,0%	59,1%
%H (Ogół IND)		14,1%	19,4%	11,0%	20,9%	18,3%	16,4%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)							
(000s)	10 799	1 663	2 639	1 042	2 279	1 608	1 569
%V	29,4%	29,8%	44,5%	28,0%	31,0%	21,2%	24,1%
%H (Ogół IND)		15,4%	24,4%	9,7%	21,1%	14,9%	14,5%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 14: Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%
Telewizja tradycyjna				
(000s)	33 077	33 077	25 494	25 126
%V	90,2%	100,0%	92,5%	89,2%
%H (Ogół IND)		100,0%	77,1%	76,0%
Radio				
(000s)	27 574	25 494	27 574	21 902
%V	75,2%	77,1%	100,0%	77,7%
%H (Ogół IND)		92,5%	100,0%	79,4%
Internet				
(000s)	28 177	25 126	21 902	28 177
%V	76,8%	76,0%	79,4%	100,0%
%H (Ogół IND)		89,2%	77,7%	100,0%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)				
(000s)	23 541	21 457	18 791	18 321
%V	64,2%	64,9%	68,2%	65,0%
%H (Ogół IND)		91,1%	79,8%	77,8%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)				
(000s)	10 799	9 222	8 381	10 595
%V	29,4%	27,9%	30,4%	37,6%
%H (Ogół IND)		85,4%	77,6%	98,1%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 15: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Telewizja tradycyjna			
(000s)	33 790	17 557	16 234
%V	92,1%	92,4%	91,8%
%H (Ogół IND)		52,0%	48,0%
Radio			
(000s)	29 502	14 919	14 583
%V	80,4%	78,5%	82,5%
%H (Ogół IND)		50,6%	49,4%
Internet			
(000s)	28 498	14 342	14 156
%V	77,7%	75,5%	80,0%
%H (Ogół IND)		50,3%	49,7%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)			
(000s)	24 080	12 993	11 087
%V	65,7%	68,4%	62,7%
%H (Ogół IND)		54,0%	46,0%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)			
(000s)	11 329	5 769	5 561
%V	30,9%	30,4%	31,4%
%H (Ogół IND)		50,9%	49,1%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 16: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Telewizja tradycyjna										
(000s)	33 790	2 647	1 768	3 266	4 325	5 395	4 933	4 573	6 883	
%V	92,1%	91,5%	95,2%	88,1%	87,0%	90,4%	93,0%	95,2%	95,9%	
%H (Ogół IND)		7,8%	5,2%	9,7%	12,8%	16,0%	14,6%	13,5%	20,4%	
Radio										
(000s)	29 502	2 075	1 221	2 911	4 149	5 126	4 473	3 960	5 586	
%V	80,4%	71,7%	65,7%	78,5%	83,5%	85,9%	84,4%	82,4%	77,9%	
%H (Ogół IND)		7,0%	4,1%	9,9%	14,1%	17,4%	15,2%	13,4%	18,9%	
Internet										
(000s)	28 498	2 244	1 831	3 676	4 925	5 762	4 716	3 284	2 059	
%V	77,7%	77,6%	98,6%	99,1%	99,1%	96,5%	89,0%	68,3%	28,7%	
%H (Ogół IND)		7,9%	6,4%	12,9%	17,3%	20,2%	16,6%	11,5%	7,2%	
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)										
(000s)	24 080	713	841	2 410	3 224	4 143	3 909	3 617	5 223	
%V	65,7%	24,6%	45,3%	65,0%	64,9%	69,4%	73,7%	75,3%	72,8%	
%H (Ogół IND)		3,0%	3,5%	10,0%	13,4%	17,2%	16,2%	15,0%	21,7%	
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)										
(000s)	11 329	209	381	1 884	2 297	2 462	1 920	1 410	767	
%V	30,9%	7,2%	20,5%	50,8%	46,2%	41,2%	36,2%	29,3%	10,7%	
%H (Ogół IND)		1,8%	3,4%	16,6%	20,3%	21,7%	17,0%	12,4%	6,8%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 17: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Telewizja tradycyjna						
(000s)	33 790	4 016	4 031	8 393	12 216	5 133
%V	92,1%	92,9%	93,7%	95,8%	92,3%	84,8%
%H (Ogół IND)		11,9%	11,9%	24,8%	36,2%	15,2%
Radio						
(000s)	29 502	3 017	3 088	7 149	11 061	5 188
%V	80,4%	69,8%	71,8%	81,6%	83,5%	85,7%
%H (Ogół IND)		10,2%	10,5%	24,2%	37,5%	17,6%
Internet						
(000s)	28 498	3 650	2 104	5 409	11 519	5 815
%V	77,7%	84,4%	48,9%	61,7%	87,0%	96,1%
%H (Ogół IND)		12,8%	7,4%	19,0%	40,4%	20,4%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	24 080	1 319	2 590	6 185	9 372	4 613
%V	65,7%	30,5%	60,2%	70,6%	70,8%	76,2%
%H (Ogół IND)		5,5%	10,8%	25,7%	38,9%	19,2%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	11 329	479	912	2 096	4 697	3 145
%V	30,9%	11,1%	21,2%	23,9%	35,5%	52,0%
%H (Ogół IND)		4,2%	8,1%	18,5%	41,5%	27,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 18: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Telewizja tradycyjna						
(000s)	33 790	13 801	4 444	6 301	5 305	3 939
%V	92,1%	93,8%	92,3%	92,9%	91,8%	85,8%
%H (Ogół IND)		40,8%	13,2%	18,7%	15,7%	11,7%
Radio						
(000s)	29 502	12 072	3 759	5 208	4 671	3 791
%V	80,4%	82,0%	78,1%	76,8%	80,9%	82,6%
%H (Ogół IND)		40,9%	12,7%	17,7%	15,8%	12,9%
Internet						
(000s)	28 498	10 990	3 644	5 338	4 643	3 883
%V	77,7%	74,7%	75,7%	78,7%	80,4%	84,6%
%H (Ogół IND)		38,6%	12,8%	18,7%	16,3%	13,6%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	24 080	9 226	3 210	4 530	3 957	3 158
%V	65,7%	62,7%	66,7%	66,8%	68,5%	68,8%
%H (Ogół IND)		38,3%	13,3%	18,8%	16,4%	13,1%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	11 329	4 209	1 410	2 120	2 043	1 548
%V	30,9%	28,6%	29,3%	31,2%	35,4%	33,7%
%H (Ogół IND)		37,2%	12,5%	18,7%	18,0%	13,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 19: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Telewizja tradycyjna							
(000s)	33 790	5 070	5 510	3 401	6 685	6 898	6 225
%V	92,1%	90,8%	92,9%	91,5%	90,9%	91,1%	95,5%
%H (Ogół IND)		15,0%	16,3%	10,1%	19,8%	20,4%	18,4%
Radio							
(000s)	29 502	3 910	4 915	3 020	6 276	6 315	5 064
%V	80,4%	70,1%	82,8%	81,3%	85,3%	83,4%	77,7%
%H (Ogół IND)		13,3%	16,7%	10,2%	21,3%	21,4%	17,2%
Internet							
(000s)	28 498	4 129	4 816	2 858	5 800	6 173	4 722
%V	77,7%	74,0%	81,2%	76,9%	78,8%	81,5%	72,5%
%H (Ogół IND)		14,5%	16,9%	10,0%	20,4%	21,7%	16,6%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)							
(000s)	24 080	3 379	4 664	2 617	5 044	4 428	3 948
%V	65,7%	60,5%	78,6%	70,4%	68,6%	58,5%	60,6%
%H (Ogół IND)		14,0%	19,4%	10,9%	21,0%	18,4%	16,4%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)							
(000s)	11 329	1 724	2 723	1 128	2 390	1 702	1 663
%V	30,9%	30,9%	45,9%	30,3%	32,5%	22,5%	25,5%
%H (Ogół IND)		15,2%	24,0%	10,0%	21,1%	15,0%	14,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 20: Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%
Telewizja tradycyjna				
(000s)	33 790	33 077	25 890	25 743
%V	92,1%	100,0%	93,9%	91,4%
%H (Ogół IND)		97,9%	76,6%	76,2%
Radio				
(000s)	29 502	27 062	27 574	23 415
%V	80,4%	81,8%	100,0%	83,1%
%H (Ogół IND)		91,7%	93,5%	79,4%
Internet				
(000s)	28 498	25 299	22 022	28 177
%V	77,7%	76,5%	79,9%	100,0%
%H (Ogół IND)		88,8%	77,3%	98,9%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)				
(000s)	24 080	21 945	19 208	18 717
%V	65,7%	66,3%	69,7%	66,4%
%H (Ogół IND)		91,1%	79,8%	77,7%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)				
(000s)	11 329	9 682	8 807	11 117
%V	30,9%	29,3%	31,9%	39,5%
%H (Ogół IND)		85,5%	77,7%	98,1%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 21: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Telewizja tradycyjna			
(000s)	34 481	17 862	16 619
%V	94,0%	94,0%	94,0%
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Radio			
(000s)	31 042	15 710	15 332
%V	84,6%	82,7%	86,7%
%H (Ogół IND)		50,6%	49,4%
Internet			
(000s)	28 706	14 462	14 244
%V	78,3%	76,1%	80,5%
%H (Ogół IND)		50,4%	49,6%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)			
(000s)	24 966	13 454	11 512
%V	68,1%	70,8%	65,1%
%H (Ogół IND)		53,9%	46,1%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)			
(000s)	12 144	6 151	5 993
%V	33,1%	32,4%	33,9%
%H (Ogół IND)		50,7%	49,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 22: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Telewizja tradycyjna										
(000s)	34 481	2 680	1 798	3 378	4 485	5 530	5 011	4 628	6 972	
%V	94,0%	92,6%	96,8%	91,1%	90,2%	92,7%	94,5%	96,3%	97,2%	
%H (Ogół IND)		7,8%	5,2%	9,8%	13,0%	16,0%	14,5%	13,4%	20,2%	
Radio										
(000s)	31 042	2 169	1 333	3 129	4 364	5 330	4 696	4 174	5 847	
%V	84,6%	75,0%	71,8%	84,4%	87,8%	89,3%	88,6%	86,9%	81,5%	
%H (Ogół IND)		7,0%	4,3%	10,1%	14,1%	17,2%	15,1%	13,5%	18,8%	
Internet										
(000s)	28 706	2 277	1 834	3 678	4 938	5 778	4 740	3 316	2 145	
%V	78,3%	78,7%	98,7%	99,2%	99,3%	96,8%	89,4%	69,0%	29,9%	
%H (Ogół IND)		7,9%	6,4%	12,8%	17,2%	20,1%	16,5%	11,6%	7,5%	
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)										
(000s)	24 966	737	883	2 485	3 355	4 305	4 046	3 726	5 429	
%V	68,1%	25,5%	47,5%	67,0%	67,5%	72,1%	76,3%	77,5%	75,7%	
%H (Ogół IND)		3,0%	3,5%	10,0%	13,4%	17,2%	16,2%	14,9%	21,7%	
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)										
(000s)	12 144	243	422	2 014	2 437	2 622	2 093	1 504	808	
%V	33,1%	8,4%	22,7%	54,3%	49,0%	43,9%	39,5%	31,3%	11,3%	
%H (Ogół IND)		2,0%	3,5%	16,6%	20,1%	21,6%	17,2%	12,4%	6,7%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 23: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Telewizja tradycyjna						
(000s)	34 481	4 066	4 135	8 511	12 441	5 328
%V	94,0%	94,0%	96,1%	97,2%	94,0%	88,0%
%H (Ogół IND)		11,8%	12,0%	24,7%	36,1%	15,5%
Radio						
(000s)	31 042	3 204	3 320	7 487	11 633	5 399
%V	84,6%	74,1%	77,2%	85,5%	87,9%	89,2%
%H (Ogół IND)		10,3%	10,7%	24,1%	37,5%	17,4%
Internet						
(000s)	28 706	3 685	2 136	5 464	11 589	5 833
%V	78,3%	85,2%	49,7%	62,4%	87,5%	96,4%
%H (Ogół IND)		12,8%	7,4%	19,0%	40,4%	20,3%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	24 966	1 382	2 735	6 399	9 703	4 747
%V	68,1%	32,0%	63,6%	73,0%	73,3%	78,4%
%H (Ogół IND)		5,5%	11,0%	25,6%	38,9%	19,0%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	12 144	537	1 012	2 236	5 091	3 268
%V	33,1%	12,4%	23,5%	25,5%	38,5%	54,0%
%H (Ogół IND)		4,4%	8,3%	18,4%	41,9%	26,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 24: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Telewizja tradycyjna						
(000s)	34 481	14 064	4 507	6 457	5 392	4 062
%V	94,0%	95,6%	93,6%	95,2%	93,3%	88,5%
%H (Ogół IND)		40,8%	13,1%	18,7%	15,6%	11,8%
Radio						
(000s)	31 042	12 656	3 951	5 568	4 951	3 916
%V	84,6%	86,0%	82,1%	82,1%	85,7%	85,3%
%H (Ogół IND)		40,8%	12,7%	17,9%	16,0%	12,6%
Internet						
(000s)	28 706	11 083	3 672	5 381	4 671	3 899
%V	78,3%	75,3%	76,3%	79,3%	80,9%	84,9%
%H (Ogół IND)		38,6%	12,8%	18,8%	16,3%	13,6%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	24 966	9 652	3 326	4 687	4 076	3 225
%V	68,1%	65,6%	69,1%	69,1%	70,6%	70,3%
%H (Ogół IND)		38,7%	13,3%	18,8%	16,3%	12,9%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)						
(000s)	12 144	4 544	1 497	2 283	2 198	1 623
%V	33,1%	30,9%	31,1%	33,6%	38,0%	35,4%
%H (Ogół IND)		37,4%	12,3%	18,8%	18,1%	13,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 25: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Telewizja tradycyjna							
(000s)	34 481	5 198	5 783	3 441	6 812	6 969	6 278
%V	94,0%	93,1%	97,5%	92,6%	92,6%	92,0%	96,3%
%H (Ogół IND)		15,1%	16,8%	10,0%	19,8%	20,2%	18,2%
Radio							
(000s)	31 042	4 337	5 360	3 120	6 472	6 513	5 240
%V	84,6%	77,7%	90,3%	83,9%	88,0%	86,0%	80,4%
%H (Ogół IND)		14,0%	17,3%	10,1%	20,9%	21,0%	16,9%
Internet							
(000s)	28 706	4 175	4 874	2 863	5 827	6 193	4 775
%V	78,3%	74,8%	82,1%	77,0%	79,2%	81,8%	73,3%
%H (Ogół IND)		14,5%	17,0%	10,0%	20,3%	21,6%	16,6%
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)							
(000s)	24 966	3 557	4 791	2 671	5 195	4 627	4 125
%V	68,1%	63,7%	80,7%	71,9%	70,6%	61,1%	63,3%
%H (Ogół IND)		14,3%	19,2%	10,7%	20,8%	18,5%	16,5%
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)							
(000s)	12 144	1 833	2 884	1 195	2 519	1 854	1 859
%V	33,1%	32,8%	48,6%	32,2%	34,2%	24,5%	28,5%
%H (Ogół IND)		15,1%	23,8%	9,8%	20,7%	15,3%	15,3%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 26: Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Telewizja tradycyjna					
(000s)	34 481	33 077	26 183	26 305	
%V	94,0%	100,0%	95,0%	93,4%	
%H (Ogół IND)		95,9%	75,9%	76,3%	
Radio					
(000s)	31 042	28 282	27 574	24 565	
%V	84,6%	85,5%	100,0%	87,2%	
%H (Ogół IND)		91,1%	88,8%	79,1%	
Internet					
(000s)	28 706	25 493	22 121	28 177	
%V	78,3%	77,1%	80,2%	100,0%	
%H (Ogół IND)		88,8%	77,1%	98,2%	
Prasa papierowa (dzienniki lub czasopisma)					
(000s)	24 966	22 719	19 858	19 360	
%V	68,1%	68,7%	72,0%	68,7%	
%H (Ogół IND)		91,0%	79,5%	77,5%	
Prasa wydania on-line (dzienniki lub czasopisma)					
(000s)	12 144	10 404	9 437	11 894	
%V	33,1%	31,5%	34,2%	42,2%	
%H (Ogół IND)		85,7%	77,7%	98,0%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 27: Korzystanie z VOD (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Tak			
(000s)	11 764	5 761	6 003
%V	32,1%	30,3%	33,9%
%H (Ogół IND)		49,0%	51,0%
Nie			
(000s)	24 918	13 234	11 684
%V	67,9%	69,7%	66,1%
%H (Ogół IND)		53,1%	46,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 28: Korzystanie z VOD (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Tak										
(000s)	11 764	1 000	785	1 958	2 390	2 539	1 861	889	342	
%V	32,1%	34,6%	42,3%	52,8%	48,1%	42,5%	35,1%	18,5%	4,8%	
%H (Ogół IND)		8,5%	6,7%	16,6%	20,3%	21,6%	15,8%	7,6%	2,9%	
Nie										
(000s)	24 918	1 893	1 073	1 750	2 580	3 430	3 442	3 917	6 833	
%V	67,9%	65,4%	57,7%	47,2%	51,9%	57,5%	64,9%	81,5%	95,2%	
%H (Ogół IND)		7,6%	4,3%	7,0%	10,4%	13,8%	13,8%	15,7%	27,4%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 29: Korzystanie z VOD (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Tak						
(000s)	11 764	1 579	943	1 546	4 665	3 031
%V	32,1%	36,5%	21,9%	17,7%	35,2%	50,1%
%H (Ogół IND)		13,4%	8,0%	13,1%	39,7%	25,8%
Nie						
(000s)	24 918	2 746	3 359	7 215	8 575	3 023
%V	67,9%	63,5%	78,1%	82,4%	64,8%	49,9%
%H (Ogół IND)		11,0%	13,5%	29,0%	34,4%	12,1%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 30: Korzystanie z VOD (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Tak						
(000s)	11 764	4 070	1 477	2 200	2 098	1 918
%V	32,1%	27,7%	30,7%	32,4%	36,3%	41,8%
%H (Ogół IND)		34,6%	12,6%	18,7%	17,8%	16,3%
Nie						
(000s)	24 918	10 644	3 338	4 584	3 679	2 673
%V	67,9%	72,3%	69,3%	67,6%	63,7%	58,2%
%H (Ogół IND)		42,7%	13,4%	18,4%	14,8%	10,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 31: Korzystanie z VOD (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Tak							
(000s)	11 764	1 634	2 514	1 387	2 313	2 838	1 078
%V	32,1%	29,3%	42,4%	37,3%	31,4%	37,5%	16,5%
%H (Ogół IND)		13,9%	21,4%	11,8%	19,7%	24,1%	9,2%
Nie							
(000s)	24 918	3 947	3 420	2 331	5 044	4 737	5 439
%V	67,9%	70,7%	57,6%	62,7%	68,6%	62,5%	83,5%
%H (Ogół IND)		15,8%	13,7%	9,4%	20,2%	19,0%	21,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 32: Korzystanie z VOD (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%
Tak				
(000s)	11 764	10 198	9 597	11 764
%V	32,1%	30,8%	34,8%	41,8%
%H (Ogół IND)		86,7%	81,6%	100,0%
Nie				
(000s)	24 918	22 879	17 977	16 413
%V	67,9%	69,2%	65,2%	58,3%
%H (Ogół IND)		91,8%	72,2%	65,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 33: Korzystanie z You Tube (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Tak			
(000s)	19 273	9 532	9 740
%V	52,5%	50,2%	55,1%
%H (Ogół IND)		49,5%	50,5%
Nie			
(000s)	17 409	9 463	7 946
%V	47,5%	49,8%	44,9%
%H (Ogół IND)		54,4%	45,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 34: Korzystanie z You Tube (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Tak										
(000s)	19 273	1 749	1 425	2 886	3 672	3 925	2 883	1 750	982	
%V	52,5%	60,5%	76,7%	77,8%	73,9%	65,8%	54,4%	36,4%	13,7%	
%H (Ogół IND)		9,1%	7,4%	15,0%	19,1%	20,4%	15,0%	9,1%	5,1%	
Nie										
(000s)	17 409	1 144	433	822	1 299	2 044	2 419	3 056	6 193	
%V	47,5%	39,5%	23,3%	22,2%	26,1%	34,3%	45,6%	63,6%	86,3%	
%H (Ogół IND)		6,6%	2,5%	4,7%	7,5%	11,7%	13,9%	17,6%	35,6%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 35: Korzystanie z You Tube (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Tak						
(000s)	19 273	2 847	1 480	3 308	7 551	4 086
%V	52,5%	65,8%	34,4%	37,8%	57,0%	67,5%
%H (Ogół IND)		14,8%	7,7%	17,2%	39,2%	21,2%
Nie						
(000s)	17 409	1 478	2 821	5 453	5 689	1 968
%V	47,5%	34,2%	65,6%	62,2%	43,0%	32,5%
%H (Ogół IND)		8,5%	16,2%	31,3%	32,7%	11,3%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 36: Korzystanie z You Tube (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Tak						
(000s)	19 273	7 281	2 273	3 680	3 459	2 580
%V	52,5%	49,5%	47,2%	54,2%	59,9%	56,2%
%H (Ogół IND)		37,8%	11,8%	19,1%	18,0%	13,4%
Nie						
(000s)	17 409	7 434	2 542	3 105	2 318	2 011
%V	47,5%	50,5%	52,8%	45,8%	40,1%	43,8%
%H (Ogół IND)		42,7%	14,6%	17,8%	13,3%	11,6%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 37: Korzystanie z You Tube (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Tak							
(000s)	19 273	2 697	3 155	1 891	3 969	5 021	2 540
%V	52,5%	48,3%	53,2%	50,9%	54,0%	66,3%	39,0%
%H (Ogół IND)		14,0%	16,4%	9,8%	20,6%	26,1%	13,2%
Nie							
(000s)	17 409	2 885	2 779	1 827	3 388	2 554	3 977
%V	47,5%	51,7%	46,8%	49,1%	46,1%	33,7%	61,0%
%H (Ogół IND)		16,6%	16,0%	10,5%	19,5%	14,7%	22,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 38: Korzystanie z You Tube (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Tak					
(000s)	19 273	17 160	15 501	19 273	
%V	52,5%	51,9%	56,2%	68,4%	
%H (Ogół IND)		89,0%	80,4%	100,0%	
Nie					
(000s)	17 409	15 917	12 073	8 904	
%V	47,5%	48,1%	43,8%	31,6%	
%H (Ogół IND)		91,4%	69,4%	51,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 39: Korzystanie z muzyki ze streamingu (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Tak			
(000s)	4 727	2 209	2 518
%V	12,9%	11,6%	14,2%
%H (Ogół IND)		46,7%	53,3%
Nie			
(000s)	31 954	16 786	15 169
%V	87,1%	88,4%	85,8%
%H (Ogół IND)		52,5%	47,5%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 40: Korzystanie z muzyki ze streamingu (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Tak										
(000s)	4 727	213	403	1 218	1 165	873	511	231	113	
%V	12,9%	7,4%	21,7%	32,9%	23,5%	14,6%	9,6%	4,8%	1,6%	
%H (Ogół IND)		4,5%	8,5%	25,8%	24,7%	18,5%	10,8%	4,9%	2,4%	
Nie										
(000s)	31 954	2 680	1 455	2 490	3 805	5 096	4 792	4 575	7 062	
%V	87,1%	92,6%	78,3%	67,2%	76,6%	85,4%	90,4%	95,2%	98,4%	
%H (Ogół IND)		8,4%	4,6%	7,8%	11,9%	16,0%	15,0%	14,3%	22,1%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 41: Korzystanie z muzyki ze streamingu (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Tak						
(000s)	4 727	491	519	574	1 820	1 324
%V	12,9%	11,3%	12,1%	6,6%	13,7%	21,9%
%H (Ogół IND)		10,4%	11,0%	12,1%	38,5%	28,0%
Nie						
(000s)	31 954	3 834	3 782	8 187	11 421	4 730
%V	87,1%	88,7%	87,9%	93,5%	86,3%	78,1%
%H (Ogół IND)		12,0%	11,8%	25,6%	35,7%	14,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 42: Korzystanie z muzyki ze streamingu (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Tak						
(000s)	4 727	1 630	500	791	1 013	793
%V	12,9%	11,1%	10,4%	11,7%	17,5%	17,3%
%H (Ogół IND)		34,5%	10,6%	16,7%	21,4%	16,8%
Nie						
(000s)	31 954	13 085	4 315	5 994	4 764	3 797
%V	87,1%	88,9%	89,6%	88,3%	82,5%	82,7%
%H (Ogół IND)		41,0%	13,5%	18,8%	14,9%	11,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 43: Korzystanie z muzyki ze streamingu (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Tak							
(000s)	4 727	684	814	661	1 008	920	640
%V	12,9%	12,3%	13,7%	17,8%	13,7%	12,1%	9,8%
%H (Ogół IND)		14,5%	17,2%	14,0%	21,3%	19,5%	13,5%
Nie							
(000s)	31 954	4 897	5 120	3 056	6 349	6 655	5 877
%V	87,1%	87,7%	86,3%	82,2%	86,3%	87,9%	90,2%
%H (Ogół IND)		15,3%	16,0%	9,6%	19,9%	20,8%	18,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 44: Korzystanie z muzyki ze streamingu (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Tak					
(000s)	4 727	3 981	3 833	4 727	
%V	12,9%	12,0%	13,9%	16,8%	
%H (Ogół IND)		84,2%	81,1%	100,0%	
Nie					
(000s)	31 954	29 096	23 741	23 450	
%V	87,1%	88,0%	86,1%	83,2%	
%H (Ogół IND)		91,1%	74,3%	73,4%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 45: Korzystanie z podcastów (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Tak			
(000s)	3 775	1 868	1 908
%V	10,3%	9,8%	10,8%
%H (Ogół IND)		49,5%	50,5%
Nie			
(000s)	32 906	17 127	15 779
%V	89,7%	90,2%	89,2%
%H (Ogół IND)		52,1%	48,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 46: Korzystanie z podcastów (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Tak										
(000s)	3 775	105	227	934	901	770	489	215	134	
%V	10,3%	3,6%	12,2%	25,2%	18,1%	12,9%	9,2%	4,5%	1,9%	
%H (Ogół IND)		2,8%	6,0%	24,7%	23,9%	20,4%	13,0%	5,7%	3,6%	
Nie										
(000s)	32 906	2 788	1 631	2 774	4 070	5 198	4 813	4 591	7 041	
%V	89,7%	96,4%	87,8%	74,8%	81,9%	87,1%	90,8%	95,5%	98,1%	
%H (Ogół IND)		8,5%	5,0%	8,4%	12,4%	15,8%	14,6%	14,0%	21,4%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 47: Korzystanie z podcastów (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Tak						
(000s)	3 775	256	409	538	1 408	1 165
%V	10,3%	5,9%	9,5%	6,1%	10,6%	19,3%
%H (Ogół IND)		6,8%	10,8%	14,3%	37,3%	30,9%
Nie						
(000s)	32 906	4 069	3 893	8 223	11 833	4 889
%V	89,7%	94,1%	90,5%	93,9%	89,4%	80,8%
%H (Ogół IND)		12,4%	11,8%	25,0%	36,0%	14,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 48: Korzystanie z podcastów (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Tak						
(000s)	3 775	1 272	383	596	765	760
%V	10,3%	8,7%	8,0%	8,8%	13,3%	16,6%
%H (Ogół IND)		33,7%	10,1%	15,8%	20,3%	20,1%
Nie						
(000s)	32 906	13 443	4 432	6 189	5 012	3 831
%V	89,7%	91,4%	92,1%	91,2%	86,8%	83,5%
%H (Ogół IND)		40,9%	13,5%	18,8%	15,2%	11,6%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 49: Korzystanie z podcastów (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Tak							
(000s)	3 775	488	502	238	1 168	903	476
%V	10,3%	8,8%	8,5%	6,4%	15,9%	11,9%	7,3%
%H (Ogół IND)		12,9%	13,3%	6,3%	30,9%	23,9%	12,6%
Nie							
(000s)	32 906	5 093	5 432	3 479	6 189	6 672	6 041
%V	89,7%	91,3%	91,5%	93,6%	84,1%	88,1%	92,7%
%H (Ogół IND)		15,5%	16,5%	10,6%	18,8%	20,3%	18,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 50: Korzystanie z podcastów (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Tak					
(000s)	3 775	3 188	3 262	3 775	
%V	10,3%	9,6%	11,8%	13,4%	
%H (Ogół IND)		84,4%	86,4%	100,0%	
Nie					
(000s)	32 906	29 889	24 313	24 401	
%V	89,7%	90,4%	88,2%	86,6%	
%H (Ogół IND)		90,8%	73,9%	74,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 51: Czytanie prasy (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Tak, w tym:			
(000s)	17 692	9 669	8 022
%V	48,2%	50,9%	45,4%
%H (Ogół IND)		54,7%	45,3%
Tak, tylko papierowa			
(000s)	11 889	6 765	5 124
%V	32,4%	35,6%	29,0%
%H (Ogół IND)		56,9%	43,1%
Tak, tylko on-line			
(000s)	2 242	1 036	1 206
%V	6,1%	5,5%	6,8%
%H (Ogół IND)		46,2%	53,8%
Nie			
(000s)	18 990	9 326	9 664
%V	51,8%	49,1%	54,6%
%H (Ogół IND)		49,1%	50,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 52: Czytanie prasy (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Tak, w tym:										
(000s)	17 692	423	493	1 554	2 358	3 042	2 941	2 781	4 100	
%V	48,2%	14,6%	26,5%	41,9%	47,4%	51,0%	55,5%	57,9%	57,1%	
%H (Ogół IND)		2,4%	2,8%	8,8%	13,3%	17,2%	16,6%	15,7%	23,2%	
Tak, tylko papierowa										
(000s)	11 889	355	322	703	1 171	1 709	1 940	2 047	3 642	
%V	32,4%	12,3%	17,4%	19,0%	23,6%	28,6%	36,6%	42,6%	50,8%	
%H (Ogół IND)		3,0%	2,7%	5,9%	9,9%	14,4%	16,3%	17,2%	30,6%	
Tak, tylko on-line										
(000s)	2 242	31	76	347	543	565	351	214	115	
%V	6,1%	1,1%	4,1%	9,4%	10,9%	9,5%	6,6%	4,5%	1,6%	
%H (Ogół IND)		1,4%	3,4%	15,5%	24,2%	25,2%	15,6%	9,5%	5,1%	
Nie										
(000s)	18 990	2 470	1 365	2 154	2 613	2 927	2 361	2 025	3 075	
%V	51,8%	85,4%	73,5%	58,1%	52,6%	49,0%	44,5%	42,1%	42,9%	
%H (Ogół IND)		13,0%	7,2%	11,3%	13,8%	15,4%	12,4%	10,7%	16,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 53: Czytanie prasy (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Tak, w tym:						
(000s)	17 692	793	1 716	4 509	6 869	3 806
%V	48,2%	18,3%	39,9%	51,5%	51,9%	62,9%
%H (Ogół IND)		4,5%	9,7%	25,5%	38,8%	21,5%
Tak, tylko papierowa						
(000s)	11 889	613	1 270	3 532	4 614	1 860
%V	32,4%	14,2%	29,5%	40,3%	34,9%	30,7%
%H (Ogół IND)		5,2%	10,7%	29,7%	38,8%	15,7%
Tak, tylko on-line						
(000s)	2 242	68	195	421	889	669
%V	6,1%	1,6%	4,5%	4,8%	6,7%	11,1%
%H (Ogół IND)		3,1%	8,7%	18,8%	39,7%	29,8%
Nie						
(000s)	18 990	3 532	2 586	4 252	6 372	2 248
%V	51,8%	81,7%	60,1%	48,5%	48,1%	37,1%
%H (Ogół IND)		18,6%	13,6%	22,4%	33,6%	11,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 54: Czytanie prasy (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Tak, w tym:						
(000s)	17 692	6 522	2 333	3 237	2 971	2 630
%V	48,2%	44,3%	48,5%	47,7%	51,4%	57,3%
%H (Ogół IND)		36,9%	13,2%	18,3%	16,8%	14,9%
Tak, tylko papierowa						
(000s)	11 889	4 427	1 634	2 177	1 914	1 737
%V	32,4%	30,1%	33,9%	32,1%	33,1%	37,8%
%H (Ogół IND)		37,2%	13,8%	18,3%	16,1%	14,6%
Tak, tylko on-line						
(000s)	2 242	867	231	398	379	366
%V	6,1%	5,9%	4,8%	5,9%	6,6%	8,0%
%H (Ogół IND)		38,7%	10,3%	17,8%	16,9%	16,3%
Nie						
(000s)	18 990	8 193	2 481	3 548	2 806	1 961
%V	51,8%	55,7%	51,5%	52,3%	48,6%	42,7%
%H (Ogół IND)		43,2%	13,1%	18,7%	14,8%	10,3%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 55: Czytanie prasy (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Tak, w tym:							
(000s)	17 692	2 411	3 371	2 200	4 157	3 029	2 525
%V	48,2%	43,2%	56,8%	59,2%	56,5%	40,0%	38,7%
%H (Ogół IND)		13,6%	19,1%	12,4%	23,5%	17,1%	14,3%
Tak, tylko papierowa							
(000s)	11 889	1 535	2 132	1 479	2 734	2 217	1 791
%V	32,4%	27,5%	35,9%	39,8%	37,2%	29,3%	27,5%
%H (Ogół IND)		12,9%	17,9%	12,4%	23,0%	18,6%	15,1%
Tak, tylko on-line							
(000s)	2 242	286	481	209	570	468	227
%V	6,1%	5,1%	8,1%	5,6%	7,8%	6,2%	3,5%
%H (Ogół IND)		12,8%	21,5%	9,3%	25,4%	20,9%	10,1%
Nie							
(000s)	18 990	3 171	2 563	1 518	3 200	4 546	3 993
%V	51,8%	56,8%	43,2%	40,8%	43,5%	60,0%	61,3%
%H (Ogół IND)		16,7%	13,5%	8,0%	16,9%	23,9%	21,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 56: Czytanie prasy (ostatnie 30 dni)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Tak, w tym:					
(000s)	17 692	16 309	14 712	13 869	
%V	48,2%	49,3%	53,4%	49,2%	
%H (Ogół IND)		92,2%	83,2%	78,4%	
Tak, tylko papierowa					
(000s)	11 889	11 267	9 917	8 066	
%V	32,4%	34,1%	36,0%	28,6%	
%H (Ogół IND)		94,8%	83,4%	67,8%	
Tak, tylko on-line					
(000s)	2 242	1 893	1 750	2 242	
%V	6,1%	5,7%	6,4%	8,0%	
%H (Ogół IND)		84,5%	78,1%	100,0%	
Nie					
(000s)	18 990	16 768	12 862	14 308	
%V	51,8%	50,7%	46,6%	50,8%	
%H (Ogół IND)		88,3%	67,7%	75,4%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 57: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
tylko TV			
(000s)	2 546	1 513	1 032
%V	6,9%	8,0%	5,8%
tylko Internet			
(000s)	1 237	632	605
%V	3,4%	3,3%	3,4%
tylko radio			
(000s)	266	148	118
%V	0,7%	0,8%	0,7%
TV i radio bez Internetu			
(000s)	5 406	3 001	2 404
%V	14,7%	15,8%	13,6%
TV i Internet bez radia			
(000s)	5 037	2 763	2 275
%V	13,7%	14,5%	12,9%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 57: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Internet i radio bez TV			
(000s)	1 814	822	992
%V	5,0%	4,3%	5,6%
TV, radio i Internet			
(000s)	20 088	9 955	10 134
%V	54,8%	52,4%	57,3%
ani TV ani radio ani Internet			
(000s)	287	161	126
%V	0,8%	0,9%	0,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 58: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
tylko TV										
(000s)	2 546	325	23	15	21	78	227	455	1 401	
%V	6,9%	11,3%	1,2%	0,4%	0,4%	1,3%	4,3%	9,5%	19,5%	
tylko Internet										
(000s)	1 237	63	81	310	283	217	162	70	51	
%V	3,4%	2,2%	4,4%	8,4%	5,7%	3,6%	3,1%	1,5%	0,7%	
tylko radio										
(000s)	266	26	–	5	19	9	34	33	139	
%V	0,7%	0,9%	--	0,1%	0,4%	0,2%	0,6%	0,7%	1,9%	
TV i radio bez Internetu										
(000s)	5 406	267	6	14	20	133	366	1 044	3 555	
%V	14,7%	9,2%	0,3%	0,4%	0,4%	2,2%	6,9%	21,7%	49,5%	
TV i Internet bez radia										
(000s)	5 037	570	662	812	723	757	643	515	355	
%V	13,7%	19,7%	35,7%	21,9%	14,5%	12,7%	12,1%	10,7%	4,9%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 58: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek							
Ogół IND		4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND									
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%
Internet i radio bez TV									
(000s)	1 814	152	60	288	443	449	212	147	64
%V	5,0%	5,3%	3,3%	7,8%	8,9%	7,5%	4,0%	3,1%	0,9%
TV, radio i Internet									
(000s)	20 088	1 439	1 020	2 238	3 434	4 288	3 622	2 518	1 529
%V	54,8%	49,7%	54,9%	60,4%	69,1%	71,8%	68,3%	52,4%	21,3%
ani TV ani radio ani Internet									
(000s)	287	50	4	25	27	38	36	24	82
%V	0,8%	1,7%	0,2%	0,7%	0,5%	0,6%	0,7%	0,5%	1,2%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 59: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
tylko TV						
(000s)	2 546	346	692	901	543	64
%V	6,9%	8,0%	16,1%	10,3%	4,1%	1,1%
tylko Internet						
(000s)	1 237	109	140	155	436	397
%V	3,4%	2,5%	3,3%	1,8%	3,3%	6,6%
tylko radio						
(000s)	266	26	72	89	74	5
%V	0,7%	0,6%	1,7%	1,0%	0,6%	0,1%
TV i radio bez Internetu						
(000s)	5 406	273	1 413	2 387	1 154	177
%V	14,7%	6,3%	32,9%	27,3%	8,7%	2,9%
TV i Internet bez radia						
(000s)	5 037	1 099	589	945	1 820	585
%V	13,7%	25,4%	13,7%	10,8%	13,8%	9,7%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 59: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Internet i radio bez TV						
(000s)	1 814	199	77	192	701	645
%V	5,0%	4,6%	1,8%	2,2%	5,3%	10,7%
TV, radio i Internet						
(000s)	20 088	2 221	1 246	4 032	8 424	4 166
%V	54,8%	51,4%	29,0%	46,0%	63,6%	68,8%
ani TV ani radio ani Internet						
(000s)	287	52	73	59	89	15
%V	0,8%	1,2%	1,7%	0,7%	0,7%	0,2%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 60: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
tylko TV						
(000s)	2 546	1 001	423	556	379	187
%V	6,9%	6,8%	8,8%	8,2%	6,6%	4,1%
tylko Internet						
(000s)	1 237	391	182	238	170	255
%V	3,4%	2,7%	3,8%	3,5%	3,0%	5,6%
tylko radio						
(000s)	266	93	56	57	27	34
%V	0,7%	0,6%	1,2%	0,9%	0,5%	0,7%
TV i radio bez Internetu						
(000s)	5 406	2 624	703	881	732	465
%V	14,7%	17,8%	14,6%	13,0%	12,7%	10,1%
TV i Internet bez radia						
(000s)	5 037	1 828	679	1 138	858	535
%V	13,7%	12,4%	14,1%	16,8%	14,9%	11,7%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 60: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Internet i radio bez TV						
(000s)	1 814	584	222	244	335	429
%V	5,0%	4,0%	4,6%	3,6%	5,8%	9,3%
TV, radio i Internet						
(000s)	20 088	8 041	2 523	3 621	3 252	2 652
%V	54,8%	54,6%	52,4%	53,4%	56,3%	57,8%
ani TV ani radio ani Internet						
(000s)	287	153	26	49	24	34
%V	0,8%	1,0%	0,6%	0,7%	0,4%	0,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 61: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
tylko TV								
(000s)	2 546	604	330	261	304	428	620	
%V	6,9%	10,8%	5,6%	7,0%	4,1%	5,7%	9,5%	
tylko Internet								
(000s)	1 237	278	292	110	286	149	121	
%V	3,4%	5,0%	4,9%	3,0%	3,9%	2,0%	1,9%	
tylko radio								
(000s)	266	42	43	29	69	39	45	
%V	0,7%	0,8%	0,7%	0,8%	0,9%	0,5%	0,7%	
TV i radio bez Internetu								
(000s)	5 406	808	807	569	1 146	935	1 142	
%V	14,7%	14,5%	13,6%	15,3%	15,6%	12,3%	17,5%	
TV i Internet bez radia								
(000s)	5 037	1 152	865	479	725	931	885	
%V	13,7%	20,6%	14,6%	12,9%	9,9%	12,3%	13,6%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 61: Typologie korzystania z mediów – ostatnie 30 dni

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
Internet i radio bez TV								
(000s)	1 814	277	212	203	391	578	152	
%V	5,0%	5,0%	3,6%	5,5%	5,3%	7,6%	2,3%	
TV, radio i Internet								
(000s)	20 088	2 341	3 289	2 057	4 381	4 499	3 521	
%V	54,8%	41,9%	55,4%	55,3%	59,6%	59,4%	54,0%	
ani TV ani radio ani Internet								
(000s)	287	80	95	10	55	16	31	
%V	0,8%	1,4%	1,6%	0,3%	0,7%	0,2%	0,5%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 62: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół GOS)		51,8%	48,2%
Tak, w tym			
(000s)	32 235	16 597	15 638
%V	87,9%	87,4%	88,4%
1 telefon komórkowy			
(000s)	32 021	16 500	15 520
%V	87,3%	86,9%	87,8%
2 i więcej			
(000s)	214	97	117
%V	0,6%	0,5%	0,7%
Nie			
(000s)	4 447	2 398	2 049
%V	12,1%	12,6%	11,6%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 63: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Tak, w tym										
(000s)	32 235	1 294	1 717	3 619	4 854	5 781	5 006	4 413	5 552	
%V	87,9%	44,7%	92,4%	97,6%	97,7%	96,9%	94,4%	91,8%	77,4%	
1 telefon komórkowy										
(000s)	32 021	1 272	1 712	3 611	4 822	5 720	4 963	4 391	5 530	
%V	87,3%	44,0%	92,2%	97,4%	97,0%	95,8%	93,6%	91,4%	77,1%	
2 i więcej										
(000s)	214	23	4	8	33	61	43	21	22	
%V	0,6%	0,8%	0,2%	0,2%	0,7%	1,0%	0,8%	0,5%	0,3%	
Nie										
(000s)	4 447	1 599	141	89	117	188	297	393	1 623	
%V	12,1%	55,3%	7,6%	2,4%	2,4%	3,2%	5,6%	8,2%	22,6%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 64: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Tak, w tym						
(000s)	32 235	2 597	3 342	7 896	12 611	5 788
%V	87,9%	60,1%	77,7%	90,1%	95,3%	95,6%
1 telefon komórkowy						
(000s)	32 021	2 571	3 335	7 872	12 540	5 704
%V	87,3%	59,4%	77,5%	89,9%	94,7%	94,2%
2 i więcej						
(000s)	214	27	7	24	72	84
%V	0,6%	0,6%	0,2%	0,3%	0,5%	1,4%
Nie						
(000s)	4 447	1 728	959	865	629	266
%V	12,1%	40,0%	22,3%	9,9%	4,8%	4,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 65: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół GOS)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Tak, w tym						
(000s)	32 235	12 754	4 248	5 892	5 224	4 117
%V	87,9%	86,7%	88,2%	86,8%	90,4%	89,7%
1 telefon komórkowy						
(000s)	32 021	12 708	4 229	5 831	5 175	4 077
%V	87,3%	86,4%	87,8%	85,9%	89,6%	88,8%
2 i więcej						
(000s)	214	46	19	61	50	39
%V	0,6%	0,3%	0,4%	0,9%	0,9%	0,9%
Nie						
(000s)	4 447	1 961	567	893	552	474
%V	12,1%	13,3%	11,8%	13,2%	9,6%	10,3%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 66: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół GOS)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
Tak, w tym								
(000s)	32 235	4 855	5 354	3 121	6 632	6 543	5 729	
%V	87,9%	87,0%	90,2%	84,0%	90,2%	86,4%	87,9%	
1 telefon komórkowy								
(000s)	32 021	4 818	5 337	3 090	6 572	6 495	5 709	
%V	87,3%	86,3%	89,9%	83,1%	89,3%	85,7%	87,6%	
2 i więcej								
(000s)	214	37	17	31	60	48	20	
%V	0,6%	0,7%	0,3%	0,8%	0,8%	0,6%	0,3%	
Nie								
(000s)	4 447	726	580	596	725	1 031	788	
%V	12,1%	13,0%	9,8%	16,0%	9,9%	13,6%	12,1%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 67: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół GOS)		90,2%	75,2%	76,8%
Tak, w tym				
(000s)	32 235	29 107	24 691	26 226
%V	87,9%	88,0%	89,5%	93,1%
1 telefon komórkowy				
(000s)	32 021	28 934	24 519	26 026
%V	87,3%	87,5%	88,9%	92,4%
2 i więcej				
(000s)	214	173	171	200
%V	0,6%	0,5%	0,6%	0,7%
Nie				
(000s)	4 447	3 970	2 883	1 950
%V	12,1%	12,0%	10,5%	6,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 68: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół GOS)		92,1%	80,4%	77,7%	
Tak, w tym					
(000s)	32 235	29 762	26 414	26 524	
%V	87,9%	88,1%	89,5%	93,1%	
1 telefon komórkowy					
(000s)	32 021	29 575	26 240	26 324	
%V	87,3%	87,5%	88,9%	92,4%	
2 i więcej					
(000s)	214	187	174	200	
%V	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%	
Nie					
(000s)	4 447	4 028	3 088	1 973	
%V	12,1%	11,9%	10,5%	6,9%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 69: Korzystanie z telefonu komórkowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706	
%H (Ogół GOS)		94,0%	84,6%	78,3%	
Tak, w tym					
(000s)	32 235	30 396	27 813	26 672	
%V	87,9%	88,2%	89,6%	92,9%	
1 telefon komórkowy					
(000s)	32 021	30 209	27 639	26 472	
%V	87,3%	87,6%	89,0%	92,2%	
2 i więcej					
(000s)	214	187	174	200	
%V	0,6%	0,5%	0,6%	0,7%	
Nie					
(000s)	4 447	4 085	3 229	2 034	
%V	12,1%	11,9%	10,4%	7,1%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 70: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	32 235	16 597	15 638
%H (Ogół GOS)		51,5%	48,5%
Zwykły klawiszowy aparat			
(000s)	4 882	2 632	2 249
%V	15,1%	15,9%	14,4%
Smartfon			
(000s)	27 377	13 980	13 398
%V	84,9%	84,2%	85,7%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 71: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek							
Ogół IND		4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND									
(000s)	32 235	1 294	1 717	3 619	4 854	5 781	5 006	4 413	5 552
%H (Ogół GOS)		4,0%	5,3%	11,2%	15,1%	17,9%	15,5%	13,7%	17,2%
Zwykły klawiszowy aparat									
(000s)	4 882	61	19	25	61	165	356	998	3 197
%V	15,1%	4,7%	1,1%	0,7%	1,3%	2,9%	7,1%	22,6%	57,6%
Smartfon									
(000s)	27 377	1 234	1 698	3 594	4 795	5 625	4 653	3 416	2 362
%V	84,9%	95,4%	98,9%	99,3%	98,8%	97,3%	93,0%	77,4%	42,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 72: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	32 235	2 597	3 342	7 896	12 611	5 788
%H (Ogół GOS)		8,1%	10,4%	24,5%	39,1%	18,0%
Zwykły klawiszowy aparat						
(000s)	4 882	76	1 166	2 252	1 178	209
%V	15,1%	2,9%	34,9%	28,5%	9,3%	3,6%
Smartfon						
(000s)	27 377	2 523	2 178	5 647	11 436	5 594
%V	84,9%	97,1%	65,2%	71,5%	90,7%	96,7%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 73: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	32 235	12 754	4 248	5 892	5 224	4 117
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,2%	18,3%	16,2%	12,8%
Zwykły klawiszowy aparat						
(000s)	4 882	2 110	722	856	776	418
%V	15,1%	16,5%	17,0%	14,5%	14,9%	10,2%
Smartfon						
(000s)	27 377	10 653	3 526	5 044	4 451	3 703
%V	84,9%	83,5%	83,0%	85,6%	85,2%	90,0%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 74: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	32 235	4 855	5 354	3 121	6 632	6 543	5 729	
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,6%	9,7%	20,6%	20,3%	17,8%	
Zwykły klawiszowy aparat								
(000s)	4 882	820	743	354	1 038	811	1 116	
%V	15,1%	16,9%	13,9%	11,3%	15,6%	12,4%	19,5%	
Smartfon								
(000s)	27 377	4 039	4 612	2 772	5 597	5 738	4 620	
%V	84,9%	83,2%	86,2%	88,8%	84,4%	87,7%	80,6%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 75: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	32 235	29 107	24 691	26 226	
%H (Ogół GOS)		90,3%	76,6%	81,4%	
Zwykły klawiszowy aparat					
(000s)	4 882	4 668	3 583	609	
%V	15,1%	16,0%	14,5%	2,3%	
Smartfon					
(000s)	27 377	24 463	21 127	25 634	
%V	84,9%	84,0%	85,6%	97,7%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 76: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	32 235	29 762	26 414	26 524	
%H (Ogół GOS)		92,3%	81,9%	82,3%	
Zwykły klawiszowy aparat					
(000s)	4 882	4 716	3 815	657	
%V	15,1%	15,9%	14,4%	2,5%	
Smartfon					
(000s)	27 377	25 070	22 618	25 883	
%V	84,9%	84,2%	85,6%	97,6%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 77: Rodzaj aparatu komórkowego: smartfon vs klawiszowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	32 235	30 396	27 813	26 672	
%H (Ogół GOS)		94,3%	86,3%	82,7%	
Zwykły klawiszowy aparat					
(000s)	4 882	4 778	4 017	712	
%V	15,1%	15,7%	14,4%	2,7%	
Smartfon					
(000s)	27 377	25 642	23 815	25 977	
%V	84,9%	84,4%	85,6%	97,4%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 78: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	32 235	16 597	15 638
%H (Ogół GOS)		51,5%	48,5%
prywatna karta SIM			
(000s)	31 928	16 473	15 456
%V	99,1%	99,3%	98,8%
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę			
(000s)	535	191	345
%V	1,7%	1,2%	2,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 79: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	32 235	1 294	1 717	3 619	4 854	5 781	5 006	4 413	5 552	
%H (Ogół GOS)		4,0%	5,3%	11,2%	15,1%	17,9%	15,5%	13,7%	17,2%	
prywatna karta SIM										
(000s)	31 928	1 294	1 717	3 602	4 789	5 680	4 935	4 374	5 537	
%V	99,1%	100,0%	100,0%	99,5%	98,7%	98,3%	98,6%	99,1%	99,7%	
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę										
(000s)	535	-	-	41	111	165	129	71	19	
%V	1,7%	--	--	1,1%	2,3%	2,9%	2,6%	1,6%	0,3%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 80: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie Wyższe
Ogół IND						
(000s)	32 235	2 597	3 342	7 896	12 611	5 788
%H (Ogół GOS)		8,1%	10,4%	24,5%	39,1%	18,0%
prywatna karta SIM						
(000s)	31 928	2 597	3 328	7 840	12 517	5 646
%V	99,1%	100,0%	99,6%	99,3%	99,3%	97,5%
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę						
(000s)	535	–	18	81	200	236
%V	1,7%	--	0,6%	1,0%	1,6%	4,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 81: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	32 235	12 754	4 248	5 892	5 224	4 117
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,2%	18,3%	16,2%	12,8%
prywatna karta SIM						
(000s)	31 928	12 609	4 209	5 849	5 186	4 075
%V	99,1%	98,9%	99,1%	99,3%	99,3%	99,0%
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę						
(000s)	535	209	54	78	119	75
%V	1,7%	1,6%	1,3%	1,3%	2,3%	1,8%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 82: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	32 235	4 855	5 354	3 121	6 632	6 543	5 729	
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,6%	9,7%	20,6%	20,3%	17,8%	
prywatna karta SIM								
(000s)	31 928	4 774	5 257	3 102	6 605	6 507	5 683	
%V	99,1%	98,3%	98,2%	99,4%	99,6%	99,5%	99,2%	
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę								
(000s)	535	140	107	34	70	119	65	
%V	1,7%	2,9%	2,0%	1,1%	1,1%	1,8%	1,1%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 83: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	32 235	29 107	24 691	26 226	
%H (Ogół GOS)		90,3%	76,6%	81,4%	
prywatna karta SIM					
(000s)	31 928	28 845	24 467	25 945	
%V	99,1%	99,1%	99,1%	98,9%	
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę					
(000s)	535	456	429	507	
%V	1,7%	1,6%	1,7%	1,9%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 84: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	32 235	29 762	26 414	26 524
%H (Ogół GOS)		92,3%	81,9%	82,3%
prywatna karta SIM				
(000s)	31 928	29 491	26 165	26 233
%V	99,1%	99,1%	99,1%	98,9%
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę				
(000s)	535	478	457	520
%V	1,7%	1,6%	1,7%	2,0%

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 85: Typ własności komórki

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	32 235	30 396	27 813	26 672	
%H (Ogół GOS)		94,3%	86,3%	82,7%	
prywatna karta SIM					
(000s)	31 928	30 112	27 547	26 381	
%V	99,1%	99,1%	99,0%	98,9%	
służbowa karta SIM zakupiona przez pracodawcę					
(000s)	535	492	477	520	
%V	1,7%	1,6%	1,7%	2,0%	

Podstawa: Osoby indywidualne, posiadające telefon komórkowy

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 86: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Żadna			
(000s)	17 898	8 141	9 757
%V	56,1%	48,8%	64,0%
Tak, w tym:			
(000s)	14 032	8 541	5 491
%V	44,0%	51,2%	36,0%
1-2			
(000s)	5 245	2 874	2 371
%V	16,4%	17,2%	15,6%
3-4			
(000s)	3 202	1 897	1 305
%V	10,0%	11,4%	8,6%
5 i więcej			
(000s)	5 586	3 770	1 815
%V	17,5%	22,6%	11,9%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 87: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek					
	Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND							
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%
Żadna							
(000s)	17 898	1 339	2 563	3 199	3 273	2 909	4 614
%V	56,1%	36,1%	51,6%	53,6%	61,7%	60,5%	64,3%
Tak, w tym:							
(000s)	14 032	2 369	2 408	2 769	2 029	1 897	2 561
%V	44,0%	63,9%	48,4%	46,4%	38,3%	39,5%	35,7%
1-2							
(000s)	5 245	688	1 028	1 120	857	709	843
%V	16,4%	18,6%	20,7%	18,8%	16,2%	14,8%	11,8%
3-4							
(000s)	3 202	563	560	650	463	439	526
%V	10,0%	15,2%	11,3%	10,9%	8,7%	9,1%	7,3%
5 i więcej							
(000s)	5 586	1 117	820	999	709	748	1 192
%V	17,5%	30,1%	16,5%	16,7%	13,4%	15,6%	16,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 88: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Żadna					
(000s)	17 898	2 596	6 333	7 115	1 855
%V	56,1%	67,0%	72,3%	53,7%	30,6%
Tak, w tym:					
(000s)	14 032	1 280	2 428	6 126	4 199
%V	44,0%	33,0%	27,7%	46,3%	69,4%
1-2					
(000s)	5 245	415	1 345	2 299	1 185
%V	16,4%	10,7%	15,4%	17,4%	19,6%
3-4					
(000s)	3 202	310	470	1 458	964
%V	10,0%	8,0%	5,4%	11,0%	15,9%
5 i więcej					
(000s)	5 586	555	613	2 368	2 050
%V	17,5%	14,3%	7,0%	17,9%	33,9%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 89: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Żadna						
(000s)	17 898	8 261	2 267	3 115	2 699	1 557
%V	56,1%	65,3%	54,0%	53,7%	51,6%	38,5%
Tak, w tym:						
(000s)	14 032	4 387	1 931	2 688	2 534	2 493
%V	44,0%	34,7%	46,0%	46,3%	48,4%	61,6%
1-2						
(000s)	5 245	1 902	674	962	904	803
%V	16,4%	15,0%	16,1%	16,6%	17,3%	19,8%
3-4						
(000s)	3 202	974	520	653	563	491
%V	10,0%	7,7%	12,4%	11,3%	10,8%	12,1%
5 i więcej						
(000s)	5 586	1 512	736	1 073	1 067	1 198
%V	17,5%	12,0%	17,5%	18,5%	20,4%	29,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 90: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Żadna							
(000s)	17 898	2 547	2 771	1 544	2 900	4 128	4 008
%V	56,1%	52,7%	53,9%	47,2%	45,7%	62,5%	69,9%
Tak, w tym:							
(000s)	14 032	2 286	2 370	1 725	3 447	2 474	1 730
%V	44,0%	47,3%	46,1%	52,8%	54,3%	37,5%	30,2%
1-2							
(000s)	5 245	788	1 188	511	1 054	941	763
%V	16,4%	16,3%	23,1%	15,6%	16,6%	14,3%	13,3%
3-4							
(000s)	3 202	586	511	335	955	477	339
%V	10,0%	12,1%	9,9%	10,2%	15,0%	7,2%	5,9%
5 i więcej							
(000s)	5 586	912	671	879	1 439	1 056	629
%V	17,5%	18,9%	13,1%	26,9%	22,7%	16,0%	11,0%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 91: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128	
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%	
Żadna					
(000s)	17 898	16 259	12 988	12 027	
%V	56,1%	56,5%	52,8%	49,8%	
Tak, w tym:					
(000s)	14 032	12 504	11 615	12 102	
%V	44,0%	43,5%	47,2%	50,2%	
1-2					
(000s)	5 245	4 760	4 407	4 482	
%V	16,4%	16,6%	17,9%	18,6%	
3-4					
(000s)	3 202	2 866	2 685	2 754	
%V	10,0%	10,0%	10,9%	11,4%	
5 i więcej					
(000s)	5 586	4 878	4 522	4 865	
%V	17,5%	17,0%	18,4%	20,2%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 92: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422	
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%	
Żadna					
(000s)	17 898	16 617	14 026	12 241	
%V	56,1%	56,6%	53,5%	50,1%	
Tak, w tym:					
(000s)	14 032	12 758	12 180	12 181	
%V	44,0%	43,4%	46,5%	49,9%	
1-2					
(000s)	5 245	4 860	4 635	4 498	
%V	16,4%	16,5%	17,7%	18,4%	
3-4					
(000s)	3 202	2 930	2 806	2 773	
%V	10,0%	10,0%	10,7%	11,4%	
5 i więcej					
(000s)	5 586	4 968	4 739	4 910	
%V	17,5%	16,9%	18,1%	20,1%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 93: Czytanie książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595	
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%	
Żadna					
(000s)	17 898	17 055	14 935	12 379	
%V	56,1%	56,8%	54,2%	50,3%	
Tak, w tym:					
(000s)	14 032	12 949	12 605	12 217	
%V	44,0%	43,2%	45,8%	49,7%	
1-2					
(000s)	5 245	4 928	4 775	4 514	
%V	16,4%	16,4%	17,3%	18,4%	
3-4					
(000s)	3 202	2 965	2 920	2 784	
%V	10,0%	9,9%	10,6%	11,3%	
5 i więcej					
(000s)	5 586	5 055	4 911	4 919	
%V	17,5%	16,9%	17,8%	20,0%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 94: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy - książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Średnia liczba przeczytanych książek			
(000s)	31 931	16 683	15 248
Średnia V	3,15	4,15	2,06

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 95: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek					
	Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Średnia liczba przeczytanych książek							
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175
Średnia V	3,15	3,81	2,96	3,06	2,70	2,84	3,56

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 96: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Średnia liczba przeczytanych książek					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
Średnia V	3,15	1,93	1,50	3,29	6,03

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 97: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Średnia liczba przeczytanych książek						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
Średnia V	3,15	2,14	3,99	3,33	3,69	4,50

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 98: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południow y	Wschodni
Średnia liczba przeczytanych książek							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
Średnia V	3,15	3,16	2,73	7,51	3,17	2,46	1,81

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 99: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Średnia liczba przeczytanych książek				
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128
Średnia V	3,15	3,01	3,18	3,68

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 100: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Średnia liczba przeczytanych książek				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
Średnia V	3,15	3,02	3,12	3,66

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 101: Średnia liczba przeczytanych książek (ostatnie 12 miesięcy – książki drukowane, ebook)

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Średnia liczba przeczytanych książek				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
Średnia V	3,15	3,02	3,10	3,64

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

Średnia V = średnia w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 102: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	23 014	12 119	10 895
%V	72,1%	72,7%	71,5%
Tak, w tym			
(000s)	8 916	4 563	4 353
%V	27,9%	27,4%	28,6%
1 wizyta			
(000s)	3 383	1 648	1 735
%V	10,6%	9,9%	11,4%
2-3 wizyty			
(000s)	4 026	2 095	1 931
%V	12,6%	12,6%	12,7%
4 wizyty i więcej			
(000s)	1 507	819	688
%V	4,7%	4,9%	4,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 103: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	23 014	1 528	2 917	3 758	3 922	4 105	6 785	
%V	72,1%	41,2%	58,7%	63,0%	74,0%	85,4%	94,6%	
Tak, w tym								
(000s)	8 916	2 180	2 054	2 210	1 380	701	390	
%V	27,9%	58,8%	41,3%	37,0%	26,0%	14,6%	5,4%	
1 wizyta								
(000s)	3 383	656	818	798	519	390	202	
%V	10,6%	17,7%	16,5%	13,4%	9,8%	8,1%	2,8%	
2-3 wizyty								
(000s)	4 026	984	940	1 125	619	233	125	
%V	12,6%	26,5%	18,9%	18,9%	11,7%	4,9%	1,7%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	1 507	540	297	287	242	78	63	
%V	4,7%	14,6%	6,0%	4,8%	4,6%	1,6%	0,9%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 104: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	23 014	3 132	7 448	9 124	3 311
%V	72,1%	80,8%	85,0%	68,9%	54,7%
Tak, w tym					
(000s)	8 916	744	1 313	4 116	2 743
%V	27,9%	19,2%	15,0%	31,1%	45,3%
1 wizyta					
(000s)	3 383	248	601	1 645	889
%V	10,6%	6,4%	6,9%	12,4%	14,7%
2-3 wizyty					
(000s)	4 026	299	527	1 800	1 400
%V	12,6%	7,7%	6,0%	13,6%	23,1%
4 wizyty i więcej					
(000s)	1 507	197	185	671	454
%V	4,7%	5,1%	2,1%	5,1%	7,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 105: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	23 014	10 002	3 188	4 084	3 299	2 441
%V	72,1%	79,1%	76,0%	70,4%	63,1%	60,3%
Tak, w tym						
(000s)	8 916	2 646	1 009	1 719	1 933	1 609
%V	27,9%	20,9%	24,0%	29,6%	36,9%	39,7%
1 wizyta						
(000s)	3 383	1 162	364	699	682	476
%V	10,6%	9,2%	8,7%	12,1%	13,0%	11,8%
2-3 wizyty						
(000s)	4 026	1 099	470	787	804	866
%V	12,6%	8,7%	11,2%	13,6%	15,4%	21,4%
4 wizyty i więcej						
(000s)	1 507	386	175	233	447	267
%V	4,7%	3,1%	4,2%	4,0%	8,5%	6,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 106: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	23 014	3 549	3 346	2 398	4 284	4 949	4 489
%V	72,1%	73,4%	65,1%	73,4%	67,5%	75,0%	78,2%
Tak, w tym							
(000s)	8 916	1 284	1 795	871	2 064	1 653	1 249
%V	27,9%	26,6%	34,9%	26,6%	32,5%	25,0%	21,8%
1 wizyta							
(000s)	3 383	487	459	281	677	879	600
%V	10,6%	10,1%	8,9%	8,6%	10,7%	13,3%	10,5%
2-3 wizyty							
(000s)	4 026	549	753	415	1 129	660	520
%V	12,6%	11,4%	14,6%	12,7%	17,8%	10,0%	9,1%
4 wizyty i więcej							
(000s)	1 507	249	583	175	257	115	129
%V	4,7%	5,1%	11,3%	5,3%	4,1%	1,7%	2,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 107: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%
Ani razu				
(000s)	23 014	20 833	16 978	15 431
%V	72,1%	72,4%	69,0%	64,0%
Tak, w tym				
(000s)	8 916	7 931	7 625	8 697
%V	27,9%	27,6%	31,0%	36,0%
1 wizyta				
(000s)	3 383	2 993	2 796	3 259
%V	10,6%	10,4%	11,4%	13,5%
2-3 wizyty				
(000s)	4 026	3 644	3 552	3 967
%V	12,6%	12,7%	14,4%	16,4%
4 wizyty i więcej				
(000s)	1 507	1 293	1 277	1 470
%V	4,7%	4,5%	5,2%	6,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 108: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422	
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%	
Ani razu					
(000s)	23 014	21 265	18 172	15 707	
%V	72,1%	72,4%	69,3%	64,3%	
Tak, w tym					
(000s)	8 916	8 110	8 034	8 715	
%V	27,9%	27,6%	30,7%	35,7%	
1 wizyta					
(000s)	3 383	3 066	2 951	3 265	
%V	10,6%	10,4%	11,3%	13,4%	
2-3 wizyty					
(000s)	4 026	3 726	3 717	3 970	
%V	12,6%	12,7%	14,2%	16,3%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	1 507	1 319	1 366	1 480	
%V	4,7%	4,5%	5,2%	6,1%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 109: Kino – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	23 014	21 747	19 264	15 873
%V	72,1%	72,5%	70,0%	64,5%
Tak, w tym				
(000s)	8 916	8 257	8 276	8 722
%V	27,9%	27,5%	30,1%	35,5%
1 wizyta				
(000s)	3 383	3 114	3 093	3 271
%V	10,6%	10,4%	11,2%	13,3%
2-3 wizyty				
(000s)	4 026	3 794	3 782	3 972
%V	12,6%	12,7%	13,7%	16,2%
4 wizyty i więcej				
(000s)	1 507	1 348	1 401	1 480
%V	4,7%	4,5%	5,1%	6,0%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 110: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	30 412	15 730	14 682
%V	95,2%	94,3%	96,3%
Tak, w tym			
(000s)	1 519	952	567
%V	4,8%	5,7%	3,7%
1 wizyta			
(000s)	1 088	673	415
%V	3,4%	4,0%	2,7%
2-3 wizyty			
(000s)	364	235	129
%V	1,1%	1,4%	0,9%
4 wizyty i więcej			
(000s)	67	45	22
%V	0,2%	0,3%	0,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 111: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	30 412	3 404	4 713	5 646	5 074	4 617	6 958	
%V	95,2%	91,8%	94,8%	94,6%	95,7%	96,1%	97,0%	
Tak, w tym								
(000s)	1 519	304	258	322	228	189	218	
%V	4,8%	8,2%	5,2%	5,4%	4,3%	3,9%	3,0%	
1 wizyta								
(000s)	1 088	234	197	234	153	130	141	
%V	3,4%	6,3%	4,0%	3,9%	2,9%	2,7%	2,0%	
2-3 wizyty								
(000s)	364	66	45	80	62	55	56	
%V	1,1%	1,8%	0,9%	1,3%	1,2%	1,2%	0,8%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	67	4	16	8	14	4	21	
%V	0,2%	0,1%	0,3%	0,1%	0,3%	0,1%	0,3%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 112: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	30 412	3 768	8 663	12 745	5 235
%V	95,2%	97,2%	98,9%	96,3%	86,5%
Tak, w tym					
(000s)	1 519	108	97	495	819
%V	4,8%	2,8%	1,1%	3,7%	13,5%
1 wizyta					
(000s)	1 088	85	70	362	571
%V	3,4%	2,2%	0,8%	2,7%	9,4%
2-3 wizyty					
(000s)	364	22	23	106	213
%V	1,1%	0,6%	0,3%	0,8%	3,5%
4 wizyty i więcej					
(000s)	67	1	4	28	34
%V	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%	0,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 113: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	30 412	12 345	4 094	5 538	4 880	3 555
%V	95,2%	97,6%	97,5%	95,4%	93,3%	87,8%
Tak, w tym						
(000s)	1 519	303	104	265	352	495
%V	4,8%	2,4%	2,5%	4,6%	6,7%	12,2%
1 wizyta						
(000s)	1 088	216	51	209	274	338
%V	3,4%	1,7%	1,2%	3,6%	5,2%	8,3%
2-3 wizyty						
(000s)	364	69	45	48	63	140
%V	1,1%	0,5%	1,1%	0,8%	1,2%	3,5%
4 wizyty i więcej						
(000s)	67	18	8	8	15	18
%V	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,3%	0,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 114: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	30 412	4 591	4 953	3 160	5 872	6 267	5 568
%V	95,2%	95,0%	96,3%	96,7%	92,5%	94,9%	97,0%
Tak, w tym							
(000s)	1 519	241	188	109	476	335	170
%V	4,8%	5,0%	3,7%	3,3%	7,5%	5,1%	3,0%
1 wizyta							
(000s)	1 088	200	155	58	320	256	99
%V	3,4%	4,1%	3,0%	1,8%	5,0%	3,9%	1,7%
2-3 wizyty							
(000s)	364	31	32	47	130	68	56
%V	1,1%	0,6%	0,6%	1,4%	2,1%	1,0%	1,0%
4 wizyty i więcej							
(000s)	67	10	1	4	25	12	15
%V	0,2%	0,2%	0,0%	0,1%	0,4%	0,2%	0,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 115: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128	
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%	
Ani razu					
(000s)	30 412	27 460	23 297	22 672	
%V	95,2%	95,5%	94,7%	94,0%	
Tak, w tym					
(000s)	1 519	1 304	1 306	1 456	
%V	4,8%	4,5%	5,3%	6,0%	
1 wizyta					
(000s)	1 088	927	925	1 043	
%V	3,4%	3,2%	3,8%	4,3%	
2-3 wizyty					
(000s)	364	323	323	355	
%V	1,1%	1,1%	1,3%	1,5%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	67	54	59	59	
%V	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 116: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%
Ani razu				
(000s)	30 412	28 038	24 843	22 966
%V	95,2%	95,5%	94,8%	94,0%
Tak, w tym				
(000s)	1 519	1 337	1 363	1 456
%V	4,8%	4,6%	5,2%	6,0%
1 wizyta				
(000s)	1 088	954	973	1 043
%V	3,4%	3,3%	3,7%	4,3%
2-3 wizyty				
(000s)	364	328	332	355
%V	1,1%	1,1%	1,3%	1,5%
4 wizyty i więcej				
(000s)	67	54	59	59
%V	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 117: Teatr – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	30 412	28 635	26 129	23 139
%V	95,2%	95,4%	94,9%	94,1%
Tak, w tym				
(000s)	1 519	1 369	1 411	1 456
%V	4,8%	4,6%	5,1%	5,9%
1 wizyta				
(000s)	1 088	976	1 011	1 043
%V	3,4%	3,3%	3,7%	4,2%
2-3 wizyty				
(000s)	364	338	339	355
%V	1,1%	1,1%	1,2%	1,4%
4 wizyty i więcej				
(000s)	67	54	61	59
%V	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 118: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	31 338	16 323	15 015
%V	98,1%	97,9%	98,5%
Tak, w tym			
(000s)	593	359	234
%V	1,9%	2,2%	1,5%
1 wizyta			
(000s)	400	237	163
%V	1,3%	1,4%	1,1%
2-3 wizyty			
(000s)	138	88	49
%V	0,4%	0,5%	0,3%
4 wizyty i więcej			
(000s)	55	34	21
%V	0,2%	0,2%	0,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 119: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	31 338	3 636	4 857	5 875	5 193	4 707	7 070	
%V	98,1%	98,1%	97,7%	98,4%	97,9%	97,9%	98,5%	
Tak, w tym								
(000s)	593	72	114	94	110	99	105	
%V	1,9%	1,9%	2,3%	1,6%	2,1%	2,1%	1,5%	
1 wizyta								
(000s)	400	55	74	71	67	66	66	
%V	1,3%	1,5%	1,5%	1,2%	1,3%	1,4%	0,9%	
2-3 wizyty								
(000s)	138	9	26	16	33	25	30	
%V	0,4%	0,2%	0,5%	0,3%	0,6%	0,5%	0,4%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	55	7	14	7	9	8	10	
%V	0,2%	0,2%	0,3%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 120: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	31 338	3 843	8 724	13 036	5 736
%V	98,1%	99,1%	99,6%	98,5%	94,7%
Tak, w tym					
(000s)	593	33	37	204	318
%V	1,9%	0,9%	0,4%	1,5%	5,3%
1 wizyta					
(000s)	400	29	22	118	230
%V	1,3%	0,8%	0,3%	0,9%	3,8%
2-3 wizyty					
(000s)	138	2	12	60	64
%V	0,4%	0,1%	0,1%	0,5%	1,1%
4 wizyty i więcej					
(000s)	55	2	3	26	25
%V	0,2%	0,1%	0,0%	0,2%	0,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 121: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	31 338	12 493	4 144	5 707	5 071	3 923
%V	98,1%	98,8%	98,7%	98,4%	96,9%	96,9%
Tak, w tym						
(000s)	593	155	54	96	162	127
%V	1,9%	1,2%	1,3%	1,7%	3,1%	3,1%
1 wizyta						
(000s)	400	108	36	54	121	80
%V	1,3%	0,9%	0,9%	0,9%	2,3%	2,0%
2-3 wizyty						
(000s)	138	35	14	27	25	37
%V	0,4%	0,3%	0,3%	0,5%	0,5%	0,9%
4 wizyty i więcej						
(000s)	55	12	4	14	15	10
%V	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 122: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	31 338	4 734	5 076	3 218	6 205	6 475	5 631
%V	98,1%	98,0%	98,7%	98,4%	97,8%	98,1%	98,1%
Tak, w tym							
(000s)	593	99	66	51	142	128	108
%V	1,9%	2,0%	1,3%	1,6%	2,2%	1,9%	1,9%
1 wizyta							
(000s)	400	67	53	34	91	84	71
%V	1,3%	1,4%	1,0%	1,1%	1,4%	1,3%	1,2%
2-3 wizyty							
(000s)	138	24	2	17	39	33	22
%V	0,4%	0,5%	0,1%	0,5%	0,6%	0,5%	0,4%
4 wizyty i więcej							
(000s)	55	7	10	–	13	10	14
%V	0,2%	0,2%	0,2%	--	0,2%	0,2%	0,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 123: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%
Ani razu				
(000s)	31 338	28 279	24 096	23 567
%V	98,1%	98,3%	97,9%	97,7%
Tak, w tym				
(000s)	593	485	508	561
%V	1,9%	1,7%	2,1%	2,3%
1 wizyta				
(000s)	400	319	348	384
%V	1,3%	1,1%	1,4%	1,6%
2-3 wizyty				
(000s)	138	123	111	123
%V	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%
4 wizyty i więcej				
(000s)	55	43	49	54
%V	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 124: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422	
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%	
Ani razu					
(000s)	31 338	28 875	25 667	23 858	
%V	98,1%	98,3%	98,0%	97,7%	
Tak, w tym					
(000s)	593	500	538	564	
%V	1,9%	1,7%	2,1%	2,3%	
1 wizyta					
(000s)	400	328	368	384	
%V	1,3%	1,1%	1,4%	1,6%	
2-3 wizyty					
(000s)	138	127	122	127	
%V	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	55	45	49	54	
%V	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 125: Filharmonia, opera – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	31 338	29 481	26 992	24 031
%V	98,1%	98,3%	98,0%	97,7%
Tak, w tym				
(000s)	593	522	548	564
%V	1,9%	1,7%	2,0%	2,3%
1 wizyta				
(000s)	400	347	372	384
%V	1,3%	1,2%	1,4%	1,6%
2-3 wizyty				
(000s)	138	128	124	127
%V	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%
4 wizyty i więcej				
(000s)	55	46	52	54
%V	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 126: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	28 327	14 840	13 487
%V	88,7%	89,0%	88,5%
Tak, w tym			
(000s)	3 604	1 843	1 761
%V	11,3%	11,0%	11,6%
1 wizyta			
(000s)	2 409	1 271	1 138
%V	7,6%	7,6%	7,5%
2-3 wizyty			
(000s)	996	470	526
%V	3,1%	2,8%	3,5%
4 wizyty i więcej			
(000s)	198	101	97
%V	0,6%	0,6%	0,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 127: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	28 327	2 781	4 101	5 125	4 813	4 542	6 966	
%V	88,7%	75,0%	82,5%	85,9%	90,8%	94,5%	97,1%	
Tak, w tym								
(000s)	3 604	927	870	844	489	264	210	
%V	11,3%	25,0%	17,5%	14,1%	9,2%	5,5%	2,9%	
1 wizyta								
(000s)	2 409	592	609	559	355	167	127	
%V	7,6%	16,0%	12,3%	9,4%	6,7%	3,5%	1,8%	
2-3 wizyty								
(000s)	996	293	217	229	113	80	64	
%V	3,1%	7,9%	4,4%	3,8%	2,1%	1,7%	0,9%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	198	43	43	56	21	17	18	
%V	0,6%	1,2%	0,9%	0,9%	0,4%	0,4%	0,3%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 128: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054	
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%	
Ani razu						
(000s)	28 327	3 549	8 353	11 632	4 792	
%V	88,7%	91,6%	95,4%	87,9%	79,2%	
Tak, w tym						
(000s)	3 604	326	408	1 608	1 262	
%V	11,3%	8,4%	4,7%	12,1%	20,9%	
1 wizyta						
(000s)	2 409	180	301	1 117	811	
%V	7,6%	4,7%	3,4%	8,4%	13,4%	
2-3 wizyty						
(000s)	996	136	85	417	358	
%V	3,1%	3,5%	1,0%	3,2%	5,9%	
4 wizyty i więcej						
(000s)	198	10	22	74	93	
%V	0,6%	0,3%	0,3%	0,6%	1,5%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 129: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	28 327	11 712	3 787	5 155	4 287	3 386
%V	88,7%	92,6%	90,2%	88,9%	81,9%	83,6%
Tak, w tym						
(000s)	3 604	936	411	647	945	664
%V	11,3%	7,4%	9,8%	11,2%	18,1%	16,4%
1 wizyta						
(000s)	2 409	671	273	398	639	428
%V	7,6%	5,3%	6,5%	6,9%	12,2%	10,6%
2-3 wizyty						
(000s)	996	220	119	220	261	176
%V	3,1%	1,7%	2,8%	3,8%	5,0%	4,4%
4 wizyty i więcej						
(000s)	198	45	19	29	45	60
%V	0,6%	0,4%	0,5%	0,5%	0,9%	1,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 130: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	28 327	4 272	4 520	3 006	5 597	5 754	5 177
%V	88,7%	88,4%	87,9%	92,0%	88,2%	87,2%	90,2%
Tak, w tym							
(000s)	3 604	560	621	262	750	849	561
%V	11,3%	11,6%	12,1%	8,0%	11,8%	12,9%	9,8%
1 wizyta							
(000s)	2 409	362	402	138	507	621	379
%V	7,6%	7,5%	7,8%	4,2%	8,0%	9,4%	6,6%
2-3 wizyty							
(000s)	996	153	201	111	192	185	154
%V	3,1%	3,2%	3,9%	3,4%	3,0%	2,8%	2,7%
4 wizyty i więcej							
(000s)	198	45	19	14	52	42	27
%V	0,6%	0,9%	0,4%	0,4%	0,8%	0,6%	0,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 131: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128	
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%	
Ani razu					
(000s)	28 327	25 613	21 546	20 623	
%V	88,7%	89,1%	87,6%	85,5%	
Tak, w tym					
(000s)	3 604	3 151	3 057	3 505	
%V	11,3%	11,0%	12,4%	14,5%	
1 wizyta					
(000s)	2 409	2 147	2 050	2 349	
%V	7,6%	7,5%	8,3%	9,7%	
2-3 wizyty					
(000s)	996	854	844	961	
%V	3,1%	3,0%	3,4%	4,0%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	198	149	163	196	
%V	0,6%	0,5%	0,7%	0,8%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 132: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422	
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%	
Ani razu					
(000s)	28 327	26 145	22 932	20 907	
%V	88,7%	89,0%	87,5%	85,6%	
Tak, w tym					
(000s)	3 604	3 230	3 274	3 515	
%V	11,3%	11,0%	12,5%	14,4%	
1 wizyta					
(000s)	2 409	2 205	2 212	2 350	
%V	7,6%	7,5%	8,4%	9,6%	
2-3 wizyty					
(000s)	996	865	892	970	
%V	3,1%	2,9%	3,4%	4,0%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	198	160	170	196	
%V	0,6%	0,5%	0,7%	0,8%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 133: Koncerty muzyki popularnej ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	28 327	26 704	24 168	21 080
%V	88,7%	89,0%	87,8%	85,7%
Tak, w tym				
(000s)	3 604	3 299	3 372	3 515
%V	11,3%	11,0%	12,2%	14,3%
1 wizyta				
(000s)	2 409	2 242	2 265	2 350
%V	7,6%	7,5%	8,2%	9,6%
2-3 wizyty				
(000s)	996	890	928	970
%V	3,1%	3,0%	3,4%	3,9%
4 wizyty i więcej				
(000s)	198	168	179	196
%V	0,6%	0,6%	0,7%	0,8%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 134: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	28 701	14 749	13 952
%V	89,9%	88,4%	91,5%
Tak, w tym			
(000s)	3 229	1 934	1 296
%V	10,1%	11,6%	8,5%
1 wizyta			
(000s)	2 184	1 306	878
%V	6,8%	7,8%	5,8%
2-3 wizyty			
(000s)	914	553	361
%V	2,9%	3,3%	2,4%
4 wizyty i więcej			
(000s)	131	74	57
%V	0,4%	0,4%	0,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 135: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	28 701	3 186	4 404	5 153	4 747	4 411	6 800	
%V	89,9%	85,9%	88,6%	86,3%	89,5%	91,8%	94,8%	
Tak, w tym								
(000s)	3 229	521	567	816	556	395	375	
%V	10,1%	14,1%	11,4%	13,7%	10,5%	8,2%	5,2%	
1 wizyta								
(000s)	2 184	356	385	555	337	279	272	
%V	6,8%	9,6%	7,8%	9,3%	6,4%	5,8%	3,8%	
2-3 wizyty								
(000s)	914	146	158	233	202	100	75	
%V	2,9%	3,9%	3,2%	3,9%	3,8%	2,1%	1,1%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	131	20	23	28	16	16	28	
%V	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 136: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	28 701	3 651	8 374	11 975	4 701
%V	89,9%	94,2%	95,6%	90,4%	77,7%
Tak, w tym					
(000s)	3 229	225	386	1 265	1 353
%V	10,1%	5,8%	4,4%	9,6%	22,4%
1 wizyta					
(000s)	2 184	176	290	811	907
%V	6,8%	4,5%	3,3%	6,1%	15,0%
2-3 wizyty					
(000s)	914	42	77	409	386
%V	2,9%	1,1%	0,9%	3,1%	6,4%
4 wizyty i więcej					
(000s)	131	7	19	46	60
%V	0,4%	0,2%	0,2%	0,4%	1,0%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 137: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	28 701	11 866	3 828	5 177	4 608	3 223
%V	89,9%	93,8%	91,2%	89,2%	88,1%	79,6%
Tak, w tym						
(000s)	3 229	783	369	626	625	827
%V	10,1%	6,2%	8,8%	10,8%	11,9%	20,4%
1 wizyta						
(000s)	2 184	565	227	398	438	556
%V	6,8%	4,5%	5,4%	6,9%	8,4%	13,7%
2-3 wizyty						
(000s)	914	191	132	202	169	220
%V	2,9%	1,5%	3,2%	3,5%	3,2%	5,4%
4 wizyty i więcej						
(000s)	131	26	10	26	18	50
%V	0,4%	0,2%	0,3%	0,5%	0,4%	1,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 138: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	28 701	4 459	4 754	2 977	5 373	5 899	5 240
%V	89,9%	92,3%	92,5%	91,1%	84,6%	89,3%	91,3%
Tak, w tym							
(000s)	3 229	373	388	292	975	704	498
%V	10,1%	7,7%	7,5%	8,9%	15,4%	10,7%	8,7%
1 wizyta							
(000s)	2 184	305	245	84	776	463	310
%V	6,8%	6,3%	4,8%	2,6%	12,2%	7,0%	5,4%
2-3 wizyty							
(000s)	914	60	125	186	170	203	171
%V	2,9%	1,2%	2,4%	5,7%	2,7%	3,1%	3,0%
4 wizyty i więcej							
(000s)	131	8	17	22	29	39	17
%V	0,4%	0,2%	0,3%	0,7%	0,5%	0,6%	0,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 139: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%
Ani razu				
(000s)	28 701	25 962	21 689	21 045
%V	89,9%	90,3%	88,2%	87,2%
Tak, w tym				
(000s)	3 229	2 802	2 914	3 084
%V	10,1%	9,7%	11,9%	12,8%
1 wizyta				
(000s)	2 184	1 899	1 951	2 064
%V	6,8%	6,6%	7,9%	8,6%
2-3 wizyty				
(000s)	914	804	862	899
%V	2,9%	2,8%	3,5%	3,7%
4 wizyty i więcej				
(000s)	131	99	101	121
%V	0,4%	0,3%	0,4%	0,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 140: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%
Ani razu				
(000s)	28 701	26 500	23 185	21 334
%V	89,9%	90,2%	88,5%	87,4%
Tak, w tym				
(000s)	3 229	2 875	3 021	3 088
%V	10,1%	9,8%	11,5%	12,7%
1 wizyta				
(000s)	2 184	1 960	2 024	2 069
%V	6,8%	6,7%	7,7%	8,5%
2-3 wizyty				
(000s)	914	811	885	899
%V	2,9%	2,8%	3,4%	3,7%
4 wizyty i więcej				
(000s)	131	104	111	121
%V	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 141: Muzeum, galeria sztuki ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	28 701	27 081	24 473	21 502
%V	89,9%	90,3%	88,9%	87,4%
Tak, w tym				
(000s)	3 229	2 922	3 067	3 093
%V	10,1%	9,7%	11,1%	12,6%
1 wizyta				
(000s)	2 184	1 985	2 059	2 070
%V	6,8%	6,6%	7,5%	8,4%
2-3 wizyty				
(000s)	914	829	891	903
%V	2,9%	2,8%	3,2%	3,7%
4 wizyty i więcej				
(000s)	131	108	117	121
%V	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 142: Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	27 136	14 231	12 905
%V	85,0%	85,3%	84,6%
Tak, w tym			
(000s)	4 795	2 452	2 343
%V	15,0%	14,7%	15,4%
1 wizyta			
(000s)	3 080	1 570	1 510
%V	9,7%	9,4%	9,9%
2-3 wizyty			
(000s)	1 406	702	705
%V	4,4%	4,2%	4,6%
4 wizyty i więcej			
(000s)	308	180	129
%V	1,0%	1,1%	0,8%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 143: Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	27 136	2 971	4 108	4 779	4 514	4 195	6 569	
%V	85,0%	80,1%	82,6%	80,1%	85,1%	87,3%	91,5%	
Tak, w tym								
(000s)	4 795	737	863	1 189	788	611	607	
%V	15,0%	19,9%	17,4%	19,9%	14,9%	12,7%	8,5%	
1 wizyta								
(000s)	3 080	484	496	745	521	387	448	
%V	9,7%	13,1%	10,0%	12,5%	9,8%	8,1%	6,3%	
2-3 wizyty								
(000s)	1 406	215	305	389	213	175	108	
%V	4,4%	5,8%	6,1%	6,5%	4,0%	3,6%	1,5%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	308	38	62	55	54	50	50	
%V	1,0%	1,0%	1,2%	0,9%	1,0%	1,0%	0,7%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 144: Obiekt historyczny - ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	27 136	3 523	7 825	11 347	4 442
%V	85,0%	90,9%	89,3%	85,7%	73,4%
Tak, w tym					
(000s)	4 795	353	936	1 894	1 612
%V	15,0%	9,1%	10,7%	14,3%	26,6%
1 wizyta					
(000s)	3 080	267	695	1 176	943
%V	9,7%	6,9%	7,9%	8,9%	15,6%
2-3 wizyty					
(000s)	1 406	81	204	595	526
%V	4,4%	2,1%	2,3%	4,5%	8,7%
4 wizyty i więcej					
(000s)	308	6	37	123	143
%V	1,0%	0,2%	0,4%	0,9%	2,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 145: Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	27 136	11 126	3 600	4 916	4 384	3 109
%V	85,0%	88,0%	85,8%	84,7%	83,8%	76,8%
Tak, w tym						
(000s)	4 795	1 522	597	886	848	941
%V	15,0%	12,0%	14,2%	15,3%	16,2%	23,2%
1 wizyta						
(000s)	3 080	1 081	405	486	559	549
%V	9,7%	8,5%	9,6%	8,4%	10,7%	13,6%
2-3 wizyty						
(000s)	1 406	351	141	351	258	305
%V	4,4%	2,8%	3,4%	6,1%	4,9%	7,5%
4 wizyty i więcej						
(000s)	308	91	51	49	31	86
%V	1,0%	0,7%	1,2%	0,9%	0,6%	2,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 146: Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	27 136	4 365	4 378	2 869	4 947	5 795	4 782
%V	85,0%	90,3%	85,2%	87,8%	77,9%	87,8%	83,3%
Tak, w tym							
(000s)	4 795	468	763	400	1 400	807	957
%V	15,0%	9,7%	14,9%	12,2%	22,1%	12,2%	16,7%
1 wizyta							
(000s)	3 080	333	370	98	1 049	591	639
%V	9,7%	6,9%	7,2%	3,0%	16,5%	9,0%	11,1%
2-3 wizyty							
(000s)	1 406	119	312	209	304	182	281
%V	4,4%	2,5%	6,1%	6,4%	4,8%	2,8%	4,9%
4 wizyty i więcej							
(000s)	308	16	81	93	47	34	37
%V	1,0%	0,3%	1,6%	2,9%	0,8%	0,5%	0,7%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 147: Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128	
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%	
Ani razu					
(000s)	27 136	24 471	20 399	19 755	
%V	85,0%	85,1%	82,9%	81,9%	
Tak, w tym					
(000s)	4 795	4 293	4 204	4 373	
%V	15,0%	14,9%	17,1%	18,1%	
1 wizyta					
(000s)	3 080	2 775	2 682	2 749	
%V	9,7%	9,7%	10,9%	11,4%	
2-3 wizyty					
(000s)	1 406	1 255	1 253	1 343	
%V	4,4%	4,4%	5,1%	5,6%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	308	263	268	281	
%V	1,0%	0,9%	1,1%	1,2%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 148: Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%
Ani razu				
(000s)	27 136	24 987	21 815	20 041
%V	85,0%	85,1%	83,2%	82,1%
Tak, w tym				
(000s)	4 795	4 388	4 391	4 382
%V	15,0%	14,9%	16,8%	17,9%
1 wizyta				
(000s)	3 080	2 837	2 802	2 752
%V	9,7%	9,7%	10,7%	11,3%
2-3 wizyty				
(000s)	1 406	1 289	1 315	1 348
%V	4,4%	4,4%	5,0%	5,5%
4 wizyty i więcej				
(000s)	308	263	274	281
%V	1,0%	0,9%	1,1%	1,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 149: Obiekt historyczny – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	27 136	25 545	23 046	20 207
%V	85,0%	85,1%	83,7%	82,2%
Tak, w tym				
(000s)	4 795	4 458	4 494	4 388
%V	15,0%	14,9%	16,3%	17,8%
1 wizyta				
(000s)	3 080	2 879	2 867	2 757
%V	9,7%	9,6%	10,4%	11,2%
2-3 wizyty				
(000s)	1 406	1 305	1 349	1 350
%V	4,4%	4,4%	4,9%	5,5%
4 wizyty i więcej				
(000s)	308	275	278	281
%V	1,0%	0,9%	1,0%	1,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 150: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	21 148	11 030	10 118
%V	66,2%	66,1%	66,4%
Tak, w tym			
(000s)	10 783	5 652	5 130
%V	33,8%	33,9%	33,6%
1 wizyta			
(000s)	6 245	3 177	3 068
%V	19,6%	19,0%	20,1%
2-3 wizyty			
(000s)	4 140	2 294	1 846
%V	13,0%	13,8%	12,1%
4 wizyty i więcej			
(000s)	397	182	216
%V	1,2%	1,1%	1,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 151: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	21 148	2 116	3 085	3 731	3 371	3 293	5 554	
%V	66,2%	57,1%	62,1%	62,5%	63,6%	68,5%	77,4%	
Tak, w tym								
(000s)	10 783	1 592	1 886	2 238	1 932	1 513	1 621	
%V	33,8%	42,9%	38,0%	37,5%	36,4%	31,5%	22,6%	
1 wizyta								
(000s)	6 245	863	1 140	1 279	1 020	899	1 043	
%V	19,6%	23,3%	22,9%	21,4%	19,2%	18,7%	14,5%	
2-3 wizyty								
(000s)	4 140	618	684	910	857	539	532	
%V	13,0%	16,7%	13,8%	15,3%	16,2%	11,2%	7,4%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	397	112	62	48	55	74	47	
%V	1,2%	3,0%	1,2%	0,8%	1,0%	1,6%	0,7%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 152: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054	
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%	
Ani razu						
(000s)	21 148	3 014	5 999	8 437	3 699	
%V	66,2%	77,8%	68,5%	63,7%	61,1%	
Tak, w tym						
(000s)	10 783	862	2 762	4 803	2 355	
%V	33,8%	22,3%	31,5%	36,3%	38,9%	
1 wizyta						
(000s)	6 245	490	1 757	2 671	1 327	
%V	19,6%	12,7%	20,1%	20,2%	21,9%	
2-3 wizyty						
(000s)	4 140	322	927	1 951	940	
%V	13,0%	8,3%	10,6%	14,7%	15,5%	
4 wizyty i więcej						
(000s)	397	50	78	182	88	
%V	1,2%	1,3%	0,9%	1,4%	1,5%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 153: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	21 148	8 693	2 895	3 980	2 785	2 795
%V	66,2%	68,7%	69,0%	68,6%	53,2%	69,0%
Tak, w tym						
(000s)	10 783	3 955	1 302	1 822	2 448	1 255
%V	33,8%	31,3%	31,0%	31,4%	46,8%	31,0%
1 wizyta						
(000s)	6 245	2 503	729	1 018	1 313	682
%V	19,6%	19,8%	17,4%	17,6%	25,1%	16,8%
2-3 wizyty						
(000s)	4 140	1 322	498	751	1 053	517
%V	13,0%	10,5%	11,9%	12,9%	20,1%	12,8%
4 wizyty i więcej						
(000s)	397	130	75	53	82	57
%V	1,2%	1,0%	1,8%	0,9%	1,6%	1,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 154: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	21 148	3 331	3 616	2 456	3 900	3 895	3 951
%V	66,2%	68,9%	70,3%	75,1%	61,4%	59,0%	68,9%
Tak, w tym							
(000s)	10 783	1 502	1 526	813	2 447	2 707	1 788
%V	33,8%	31,1%	29,7%	24,9%	38,6%	41,0%	31,2%
1 wizyta							
(000s)	6 245	782	696	432	1 612	1 721	1 002
%V	19,6%	16,2%	13,5%	13,2%	25,4%	26,1%	17,5%
2-3 wizyty							
(000s)	4 140	657	744	341	772	915	710
%V	13,0%	13,6%	14,5%	10,4%	12,2%	13,9%	12,4%
4 wizyty i więcej							
(000s)	397	63	86	40	63	71	75
%V	1,2%	1,3%	1,7%	1,2%	1,0%	1,1%	1,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 155: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%
Ani razu				
(000s)	21 148	18 767	15 177	14 788
%V	66,2%	65,3%	61,7%	61,3%
Tak, w tym				
(000s)	10 783	9 997	9 426	9 340
%V	33,8%	34,8%	38,3%	38,7%
1 wizyta				
(000s)	6 245	5 748	5 390	5 293
%V	19,6%	20,0%	21,9%	21,9%
2-3 wizyty				
(000s)	4 140	3 889	3 719	3 705
%V	13,0%	13,5%	15,1%	15,4%
4 wizyty i więcej				
(000s)	397	359	317	343
%V	1,2%	1,3%	1,3%	1,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 156: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422	
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%	
Ani razu					
(000s)	21 148	19 248	16 320	15 061	
%V	66,2%	65,5%	62,3%	61,7%	
Tak, w tym					
(000s)	10 783	10 127	9 886	9 362	
%V	33,8%	34,5%	37,7%	38,3%	
1 wizyta					
(000s)	6 245	5 848	5 677	5 307	
%V	19,6%	19,9%	21,7%	21,7%	
2-3 wizyty					
(000s)	4 140	3 913	3 874	3 710	
%V	13,0%	13,3%	14,8%	15,2%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	397	366	335	345	
%V	1,2%	1,2%	1,3%	1,4%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 157: Festyn, jarmark, impreza folklorystyczna – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	21 148	19 772	17 410	15 199
%V	66,2%	65,9%	63,2%	61,8%
Tak, w tym				
(000s)	10 783	10 232	10 130	9 396
%V	33,8%	34,1%	36,8%	38,2%
1 wizyta				
(000s)	6 245	5 907	5 831	5 327
%V	19,6%	19,7%	21,2%	21,7%
2-3 wizyty				
(000s)	4 140	3 955	3 941	3 723
%V	13,0%	13,2%	14,3%	15,1%
4 wizyty i więcej				
(000s)	397	370	358	347
%V	1,2%	1,2%	1,3%	1,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 158: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	28 846	14 747	14 099
%V	90,3%	88,4%	92,5%
Tak, w tym			
(000s)	3 085	1 936	1 149
%V	9,7%	11,6%	7,5%
1 wizyta			
(000s)	1 661	1 031	630
%V	5,2%	6,2%	4,1%
2-3 wizyty			
(000s)	1 116	712	404
%V	3,5%	4,3%	2,7%
4 wizyty i więcej			
(000s)	307	192	115
%V	1,0%	1,2%	0,8%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 159: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	28 846	3 059	4 547	5 407	4 784	4 411	6 638	
%V	90,3%	82,5%	91,5%	90,6%	90,2%	91,8%	92,5%	
Tak, w tym								
(000s)	3 085	649	424	561	519	395	537	
%V	9,7%	17,5%	8,5%	9,4%	9,8%	8,2%	7,5%	
1 wizyta								
(000s)	1 661	286	209	327	292	226	321	
%V	5,2%	7,7%	4,2%	5,5%	5,5%	4,7%	4,5%	
2-3 wizyty								
(000s)	1 116	282	180	186	178	125	166	
%V	3,5%	7,6%	3,6%	3,1%	3,4%	2,6%	2,3%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	307	81	35	48	49	44	50	
%V	1,0%	2,2%	0,7%	0,8%	0,9%	0,9%	0,7%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 160: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	28 846	3 565	8 127	11 925	5 228
%V	90,3%	92,0%	92,8%	90,1%	86,4%
Tak, w tym					
(000s)	3 085	310	634	1 315	826
%V	9,7%	8,0%	7,2%	9,9%	13,7%
1 wizyta					
(000s)	1 661	133	386	731	411
%V	5,2%	3,4%	4,4%	5,5%	6,8%
2-3 wizyty					
(000s)	1 116	138	189	469	320
%V	3,5%	3,6%	2,2%	3,5%	5,3%
4 wizyty i więcej					
(000s)	307	39	59	115	95
%V	1,0%	1,0%	0,7%	0,9%	1,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 161: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	28 846	11 621	3 784	5 276	4 528	3 635
%V	90,3%	91,9%	90,2%	90,9%	86,5%	89,8%
Tak, w tym						
(000s)	3 085	1 027	413	526	704	415
%V	9,7%	8,1%	9,8%	9,1%	13,5%	10,2%
1 wizyta						
(000s)	1 661	529	240	319	368	206
%V	5,2%	4,2%	5,7%	5,5%	7,0%	5,1%
2-3 wizyty						
(000s)	1 116	395	121	177	269	155
%V	3,5%	3,1%	2,9%	3,0%	5,1%	3,8%
4 wizyty i więcej						
(000s)	307	103	52	31	68	54
%V	1,0%	0,8%	1,2%	0,5%	1,3%	1,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 162: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	28 846	4 434	4 658	2 980	5 750	6 010	5 013
%V	90,3%	91,8%	90,6%	91,2%	90,6%	91,0%	87,4%
Tak, w tym							
(000s)	3 085	399	483	288	597	593	725
%V	9,7%	8,3%	9,4%	8,8%	9,4%	9,0%	12,6%
1 wizyta							
(000s)	1 661	220	218	141	355	334	393
%V	5,2%	4,6%	4,2%	4,3%	5,6%	5,1%	6,8%
2-3 wizyty							
(000s)	1 116	150	228	123	171	202	243
%V	3,5%	3,1%	4,4%	3,8%	2,7%	3,1%	4,2%
4 wizyty i więcej							
(000s)	307	29	38	25	71	57	89
%V	1,0%	0,6%	0,7%	0,8%	1,1%	0,9%	1,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 163: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%
Ani razu				
(000s)	28 846	26 020	22 002	21 478
%V	90,3%	90,5%	89,4%	89,0%
Tak, w tym				
(000s)	3 085	2 744	2 601	2 650
%V	9,7%	9,5%	10,6%	11,0%
1 wizyta				
(000s)	1 661	1 483	1 383	1 406
%V	5,2%	5,2%	5,6%	5,8%
2-3 wizyty				
(000s)	1 116	994	966	989
%V	3,5%	3,5%	3,9%	4,1%
4 wizyty i więcej				
(000s)	307	267	253	255
%V	1,0%	0,9%	1,0%	1,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 164: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%
Ani razu				
(000s)	28 846	26 578	23 457	21 757
%V	90,3%	90,5%	89,5%	89,1%
Tak, w tym				
(000s)	3 085	2 797	2 749	2 665
%V	9,7%	9,5%	10,5%	10,9%
1 wizyta				
(000s)	1 661	1 505	1 468	1 418
%V	5,2%	5,1%	5,6%	5,8%
2-3 wizyty				
(000s)	1 116	1 011	1 009	992
%V	3,5%	3,4%	3,9%	4,1%
4 wizyty i więcej				
(000s)	307	281	272	255
%V	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 165: Dom kultury, ośrodek kultury – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595	
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%	
Ani razu					
(000s)	28 846	27 161	24 703	21 918	
%V	90,3%	90,5%	89,7%	89,1%	
Tak, w tym					
(000s)	3 085	2 843	2 837	2 677	
%V	9,7%	9,5%	10,3%	10,9%	
1 wizyta					
(000s)	1 661	1 523	1 528	1 429	
%V	5,2%	5,1%	5,6%	5,8%	
2-3 wizyty					
(000s)	1 116	1 035	1 022	994	
%V	3,5%	3,5%	3,7%	4,0%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	307	285	287	255	
%V	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 166: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	28 444	14 395	14 049
%V	89,1%	86,3%	92,1%
Tak, w tym			
(000s)	3 487	2 288	1 199
%V	10,9%	13,7%	7,9%
1 wizyta			
(000s)	742	406	336
%V	2,3%	2,4%	2,2%
2-3 wizyty			
(000s)	1 317	842	474
%V	4,1%	5,1%	3,1%
4 wizyty i więcej			
(000s)	1 429	1 040	388
%V	4,5%	6,2%	2,6%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 167: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	28 444	2 555	4 592	5 453	4 849	4 427	6 568	
%V	89,1%	68,9%	92,4%	91,4%	91,5%	92,1%	91,5%	
Tak, w tym								
(000s)	3 487	1 153	379	515	453	379	607	
%V	10,9%	31,1%	7,6%	8,6%	8,6%	7,9%	8,5%	
1 wizyta								
(000s)	742	227	85	141	102	106	82	
%V	2,3%	6,1%	1,7%	2,4%	1,9%	2,2%	1,2%	
2-3 wizyty								
(000s)	1 317	461	194	185	163	106	207	
%V	4,1%	12,4%	3,9%	3,1%	3,1%	2,2%	2,9%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	1 429	465	100	190	189	167	318	
%V	4,5%	12,6%	2,0%	3,2%	3,6%	3,5%	4,4%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 168: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	28 444	3 355	8 356	11 637	5 095
%V	89,1%	86,6%	95,4%	87,9%	84,2%
Tak, w tym					
(000s)	3 487	520	405	1 603	959
%V	10,9%	13,4%	4,6%	12,1%	15,8%
1 wizyta					
(000s)	742	126	114	323	179
%V	2,3%	3,3%	1,3%	2,4%	3,0%
2-3 wizyty					
(000s)	1 317	252	168	537	359
%V	4,1%	6,5%	1,9%	4,1%	5,9%
4 wizyty i więcej					
(000s)	1 429	143	123	743	421
%V	4,5%	3,7%	1,4%	5,6%	7,0%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 169: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	28 444	11 637	3 695	5 152	4 457	3 502
%V	89,1%	92,0%	88,0%	88,8%	85,2%	86,5%
Tak, w tym						
(000s)	3 487	1 012	502	650	775	548
%V	10,9%	8,0%	12,0%	11,2%	14,8%	13,5%
1 wizyta						
(000s)	742	222	125	172	141	82
%V	2,3%	1,8%	3,0%	3,0%	2,7%	2,0%
2-3 wizyty						
(000s)	1 317	447	174	201	317	178
%V	4,1%	3,5%	4,2%	3,5%	6,1%	4,4%
4 wizyty i więcej						
(000s)	1 429	344	203	276	318	288
%V	4,5%	2,7%	4,8%	4,8%	6,1%	7,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 170: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	28 444	4 359	4 722	2 786	5 728	5 740	5 108
%V	89,1%	90,2%	91,9%	85,2%	90,3%	86,9%	89,0%
Tak, w tym							
(000s)	3 487	474	419	483	619	863	630
%V	10,9%	9,8%	8,2%	14,8%	9,8%	13,1%	11,0%
1 wizyta							
(000s)	742	107	115	69	128	190	132
%V	2,3%	2,2%	2,2%	2,1%	2,0%	2,9%	2,3%
2-3 wizyty							
(000s)	1 317	226	184	116	214	320	256
%V	4,1%	4,7%	3,6%	3,6%	3,4%	4,8%	4,5%
4 wizyty i więcej							
(000s)	1 429	140	120	297	277	353	242
%V	4,5%	2,9%	2,3%	9,1%	4,4%	5,4%	4,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 171: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%
Ani razu				
(000s)	28 444	25 696	21 710	20 997
%V	89,1%	89,3%	88,2%	87,0%
Tak, w tym				
(000s)	3 487	3 068	2 893	3 131
%V	10,9%	10,7%	11,8%	13,0%
1 wizyta				
(000s)	742	672	642	678
%V	2,3%	2,3%	2,6%	2,8%
2-3 wizyty				
(000s)	1 317	1 169	1 086	1 180
%V	4,1%	4,1%	4,4%	4,9%
4 wizyty i więcej				
(000s)	1 429	1 227	1 165	1 274
%V	4,5%	4,3%	4,7%	5,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 172: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%
Ani razu				
(000s)	28 444	26 251	23 159	21 273
%V	89,1%	89,4%	88,4%	87,1%
Tak, w tym				
(000s)	3 487	3 125	3 047	3 149
%V	10,9%	10,6%	11,6%	12,9%
1 wizyta				
(000s)	742	680	683	686
%V	2,3%	2,3%	2,6%	2,8%
2-3 wizyty				
(000s)	1 317	1 208	1 134	1 185
%V	4,1%	4,1%	4,3%	4,9%
4 wizyty i więcej				
(000s)	1 429	1 236	1 230	1 279
%V	4,5%	4,2%	4,7%	5,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 173: Biblioteka – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	28 444	26 827	24 397	21 428
%V	89,1%	89,4%	88,6%	87,1%
Tak, w tym				
(000s)	3 487	3 176	3 143	3 167
%V	10,9%	10,6%	11,4%	12,9%
1 wizyta				
(000s)	742	689	688	692
%V	2,3%	2,3%	2,5%	2,8%
2-3 wizyty				
(000s)	1 317	1 216	1 175	1 194
%V	4,1%	4,1%	4,3%	4,9%
4 wizyty i więcej				
(000s)	1 429	1 271	1 279	1 282
%V	4,5%	4,2%	4,6%	5,2%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 174: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	14 323	7 852	6 470
%V	44,9%	47,1%	42,4%
Tak, w tym			
(000s)	17 608	8 830	8 778
%V	55,1%	52,9%	57,6%
1 wizyta			
(000s)	1 943	1 109	835
%V	6,1%	6,7%	5,5%
2-3 wizyty			
(000s)	5 880	2 949	2 931
%V	18,4%	17,7%	19,2%
4 wizyty i więcej			
(000s)	9 785	4 773	5 013
%V	30,6%	28,6%	32,9%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 175: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	14 323	1 066	1 276	1 834	2 185	2 605	5 356	
%V	44,9%	28,8%	25,7%	30,7%	41,2%	54,2%	74,6%	
Tak, w tym								
(000s)	17 608	2 642	3 694	4 134	3 117	2 201	1 819	
%V	55,1%	71,3%	74,3%	69,3%	58,8%	45,8%	25,4%	
1 wizyta								
(000s)	1 943	198	258	355	376	327	429	
%V	6,1%	5,3%	5,2%	5,9%	7,1%	6,8%	6,0%	
2-3 wizyty								
(000s)	5 880	661	1 146	1 255	1 130	868	819	
%V	18,4%	17,8%	23,1%	21,0%	21,3%	18,1%	11,4%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	9 785	1 783	2 290	2 524	1 611	1 006	571	
%V	30,6%	48,1%	46,1%	42,3%	30,4%	20,9%	8,0%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 176: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
		Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054	
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%	
Ani razu						
(000s)	14 323	2 771	4 931	5 184	1 437	
%V	44,9%	71,5%	56,3%	39,2%	23,7%	
Tak, w tym						
(000s)	17 608	1 105	3 830	8 056	4 617	
%V	55,1%	28,5%	43,7%	60,9%	76,3%	
1 wizyta						
(000s)	1 943	207	593	854	289	
%V	6,1%	5,3%	6,8%	6,5%	4,8%	
2-3 wizyty						
(000s)	5 880	319	1 466	2 873	1 221	
%V	18,4%	8,2%	16,7%	21,7%	20,2%	
4 wizyty i więcej						
(000s)	9 785	578	1 771	4 329	3 107	
%V	30,6%	14,9%	20,2%	32,7%	51,3%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 177: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	14 323	6 753	1 965	2 563	1 744	1 297
%V	44,9%	53,4%	46,8%	44,2%	33,3%	32,0%
Tak, w tym						
(000s)	17 608	5 895	2 232	3 240	3 488	2 753
%V	55,1%	46,6%	53,2%	55,8%	66,7%	68,0%
1 wizyta						
(000s)	1 943	851	215	363	345	169
%V	6,1%	6,7%	5,1%	6,3%	6,6%	4,2%
2-3 wizyty						
(000s)	5 880	2 208	748	1 121	1 097	705
%V	18,4%	17,5%	17,8%	19,3%	21,0%	17,4%
4 wizyty i więcej						
(000s)	9 785	2 835	1 270	1 756	2 046	1 878
%V	30,6%	22,4%	30,3%	30,3%	39,1%	46,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 178: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738	
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%	
Ani razu								
(000s)	14 323	2 568	2 403	1 381	2 764	2 330	2 877	
%V	44,9%	53,1%	46,7%	42,3%	43,6%	35,3%	50,1%	
Tak, w tym								
(000s)	17 608	2 264	2 739	1 888	3 583	4 273	2 862	
%V	55,1%	46,9%	53,3%	57,8%	56,5%	64,7%	49,9%	
1 wizyta								
(000s)	1 943	309	167	93	394	448	533	
%V	6,1%	6,4%	3,2%	2,8%	6,2%	6,8%	9,3%	
2-3 wizyty								
(000s)	5 880	988	772	531	1 017	1 500	1 071	
%V	18,4%	20,5%	15,0%	16,2%	16,0%	22,7%	18,7%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	9 785	967	1 801	1 264	2 172	2 325	1 257	
%V	30,6%	20,0%	35,0%	38,7%	34,2%	35,2%	21,9%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 179: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128	
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%	
Ani razu					
(000s)	14 323	13 018	9 543	8 041	
%V	44,9%	45,3%	38,8%	33,3%	
Tak, w tym					
(000s)	17 608	15 746	15 060	16 088	
%V	55,1%	54,7%	61,2%	66,7%	
1 wizyta					
(000s)	1 943	1 776	1 585	1 500	
%V	6,1%	6,2%	6,4%	6,2%	
2-3 wizyty					
(000s)	5 880	5 387	4 994	5 246	
%V	18,4%	18,7%	20,3%	21,7%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	9 785	8 583	8 481	9 342	
%V	30,6%	29,8%	34,5%	38,7%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 180: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%
Ani razu				
(000s)	14 323	13 312	10 429	8 282
%V	44,9%	45,3%	39,8%	33,9%
Tak, w tym				
(000s)	17 608	16 063	15 776	16 140
%V	55,1%	54,7%	60,2%	66,1%
1 wizyta				
(000s)	1 943	1 811	1 668	1 502
%V	6,1%	6,2%	6,4%	6,2%
2-3 wizyty				
(000s)	5 880	5 485	5 223	5 286
%V	18,4%	18,7%	19,9%	21,6%
4 wizyty i więcej				
(000s)	9 785	8 767	8 885	9 353
%V	30,6%	29,9%	33,9%	38,3%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 181: Restauracja, bar, pub, kawiarnia – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595	
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%	
Ani razu					
(000s)	14 323	13 694	11 297	8 426	
%V	44,9%	45,6%	41,0%	34,3%	
Tak, w tym					
(000s)	17 608	16 309	16 243	16 170	
%V	55,1%	54,4%	59,0%	65,7%	
1 wizyta					
(000s)	1 943	1 838	1 729	1 514	
%V	6,1%	6,1%	6,3%	6,2%	
2-3 wizyty					
(000s)	5 880	5 556	5 395	5 293	
%V	18,4%	18,5%	19,6%	21,5%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	9 785	8 915	9 119	9 363	
%V	30,6%	29,7%	33,1%	38,1%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 182: Wydarzenie sportowe stadion \ hala – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	31 931	16 683	15 248
%H (Ogół GOS)		52,2%	47,8%
Ani razu			
(000s)	27 596	15 342	12 254
%V	86,4%	92,0%	80,4%
Tak, w tym			
(000s)	4 335	1 341	2 994
%V	13,6%	8,0%	19,6%
1 wizyta			
(000s)	2 476	863	1 613
%V	7,8%	5,2%	10,6%
2-3 wizyty			
(000s)	1 372	360	1 013
%V	4,3%	2,2%	6,6%
4 wizyty i więcej			
(000s)	487	119	369
%V	1,5%	0,7%	2,4%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 183: Wydarzenie sportowe stadion \ hala - ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek						
		Ogół IND	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND								
(000s)	31 931	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół GOS)		11,6%	15,6%	18,7%	16,6%	15,1%	22,5%	
Ani razu								
(000s)	27 596	2 672	4 062	4 944	4 588	4 485	6 845	
%V	86,4%	72,1%	81,7%	82,8%	86,5%	93,3%	95,4%	
Tak, w tym								
(000s)	4 335	1 036	909	1 025	715	321	330	
%V	13,6%	27,9%	18,3%	17,2%	13,5%	6,7%	4,6%	
1 wizyta								
(000s)	2 476	558	537	577	429	193	181	
%V	7,8%	15,1%	10,8%	9,7%	8,1%	4,0%	2,5%	
2-3 wizyty								
(000s)	1 372	338	282	351	200	94	106	
%V	4,3%	9,1%	5,7%	5,9%	3,8%	2,0%	1,5%	
4 wizyty i więcej								
(000s)	487	139	90	96	86	34	42	
%V	1,5%	3,8%	1,8%	1,6%	1,6%	0,7%	0,6%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 184: Wydarzenie sportowe stadion \ hala - ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie			
	Ogół IND	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND					
(000s)	31 931	3 876	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół GOS)		12,1%	27,4%	41,5%	19,0%
Ani razu					
(000s)	27 596	3 404	7 809	11 420	4 963
%V	86,4%	87,8%	89,1%	86,3%	82,0%
Tak, w tym					
(000s)	4 335	472	952	1 820	1 091
%V	13,6%	12,2%	10,9%	13,8%	18,0%
1 wizyta					
(000s)	2 476	213	534	1 057	672
%V	7,8%	5,5%	6,1%	8,0%	11,1%
2-3 wizyty					
(000s)	1 372	166	286	607	314
%V	4,3%	4,3%	3,3%	4,6%	5,2%
4 wizyty i więcej					
(000s)	487	93	133	157	105
%V	1,5%	2,4%	1,5%	1,2%	1,7%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 185: Wydarzenie sportowe stadion \ hala - ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	31 931	12 648	4 197	5 803	5 232	4 050
%H (Ogół GOS)		39,6%	13,1%	18,2%	16,4%	12,7%
Ani razu						
(000s)	27 596	11 180	3 709	5 133	4 122	3 452
%V	86,4%	88,4%	88,4%	88,5%	78,8%	85,2%
Tak, w tym						
(000s)	4 335	1 469	488	669	1 111	598
%V	13,6%	11,6%	11,6%	11,5%	21,2%	14,8%
1 wizyta						
(000s)	2 476	780	284	404	619	388
%V	7,8%	6,2%	6,8%	7,0%	11,8%	9,6%
2-3 wizyty						
(000s)	1 372	502	130	184	383	174
%V	4,3%	4,0%	3,1%	3,2%	7,3%	4,3%
4 wizyty i więcej						
(000s)	487	186	74	81	109	37
%V	1,5%	1,5%	1,8%	1,4%	2,1%	0,9%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 186: Wydarzenie sportowe stadion \ hala - ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	31 931	4 833	5 141	3 269	6 347	6 602	5 738
%H (Ogół GOS)		15,1%	16,1%	10,2%	19,9%	20,7%	18,0%
Ani razu							
(000s)	27 596	4 127	4 423	3 006	5 175	5 828	5 037
%V	86,4%	85,4%	86,0%	92,0%	81,5%	88,3%	87,8%
Tak, w tym							
(000s)	4 335	706	718	263	1 173	775	701
%V	13,6%	14,6%	14,0%	8,0%	18,5%	11,7%	12,2%
1 wizyta							
(000s)	2 476	389	328	97	800	443	420
%V	7,8%	8,1%	6,4%	3,0%	12,6%	6,7%	7,3%
2-3 wizyty							
(000s)	1 372	235	293	103	301	223	218
%V	4,3%	4,9%	5,7%	3,2%	4,7%	3,4%	3,8%
4 wizyty i więcej							
(000s)	487	82	98	63	72	110	64
%V	1,5%	1,7%	1,9%	1,9%	1,1%	1,7%	1,1%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 187: Wydarzenie sportowe stadion \ hala – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	31 931	28 764	24 603	24 128	
%H (Ogół GOS)		90,1%	77,1%	75,6%	
Ani razu					
(000s)	27 596	24 800	20 764	20 047	
%V	86,4%	86,2%	84,4%	83,1%	
Tak, w tym					
(000s)	4 335	3 964	3 839	4 081	
%V	13,6%	13,8%	15,6%	16,9%	
1 wizyta					
(000s)	2 476	2 242	2 187	2 340	
%V	7,8%	7,8%	8,9%	9,7%	
2-3 wizyty					
(000s)	1 372	1 263	1 243	1 296	
%V	4,3%	4,4%	5,1%	5,4%	
4 wizyty i więcej					
(000s)	487	459	409	446	
%V	1,5%	1,6%	1,7%	1,9%	

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 188: Wydarzenie sportowe stadion \ hala – ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	29 375	26 206	24 422
%H (Ogół GOS)		92,0%	82,1%	76,5%
Ani razu				
(000s)	27 596	25 333	22 169	20 334
%V	86,4%	86,2%	84,6%	83,3%
Tak, w tym				
(000s)	4 335	4 042	4 037	4 089
%V	13,6%	13,8%	15,4%	16,7%
1 wizyta				
(000s)	2 476	2 299	2 293	2 345
%V	7,8%	7,8%	8,8%	9,6%
2-3 wizyty				
(000s)	1 372	1 283	1 314	1 298
%V	4,3%	4,4%	5,0%	5,3%
4 wizyty i więcej				
(000s)	487	459	431	446
%V	1,5%	1,6%	1,6%	1,8%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 189: Wydarzenie sportowe stadion \ hala - ostatnie 12 miesięcy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	31 931	30 004	27 540	24 595
%H (Ogół GOS)		94,0%	86,2%	77,0%
Ani razu				
(000s)	27 596	25 915	23 417	20 502
%V	86,4%	86,4%	85,0%	83,4%
Tak, w tym				
(000s)	4 335	4 089	4 123	4 093
%V	13,6%	13,6%	15,0%	16,6%
1 wizyta				
(000s)	2 476	2 329	2 346	2 347
%V	7,8%	7,8%	8,5%	9,5%
2-3 wizyty				
(000s)	1 372	1 296	1 327	1 300
%V	4,3%	4,3%	4,8%	5,3%
4 wizyty i więcej				
(000s)	487	463	450	446
%V	1,5%	1,5%	1,6%	1,8%

Podstawa: Osoby indywidualne, wiek 16+

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 190: Płeć

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Kobieta										
(000s)	18 995	1 493	819	1 781	2 513	2 943	2 656	2 482	4 307	
%V	51,8%	51,6%	44,1%	48,0%	50,6%	49,3%	50,1%	51,7%	60,0%	
%H (Ogół IND)		7,9%	4,3%	9,4%	13,2%	15,5%	14,0%	13,1%	22,7%	
Mężczyzna										
(000s)	17 687	1 400	1 038	1 927	2 457	3 026	2 646	2 324	2 868	
%V	48,2%	48,4%	55,9%	52,0%	49,4%	50,7%	49,9%	48,4%	40,0%	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,9%	10,9%	13,9%	17,1%	15,0%	13,1%	16,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 191: Płeć

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Kobieta						
(000s)	18 995	2 110	2 480	3 718	7 117	3 570
%V	51,8%	48,8%	57,7%	42,4%	53,8%	59,0%
%H (Ogół IND)		11,1%	13,1%	19,6%	37,5%	18,8%
Mężczyzna						
(000s)	17 687	2 215	1 822	5 042	6 124	2 484
%V	48,2%	51,2%	42,4%	57,6%	46,3%	41,0%
%H (Ogół IND)		12,5%	10,3%	28,5%	34,6%	14,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 192: Płeć

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Kobieta						
(000s)	18 995	7 392	2 515	3 555	3 098	2 436
%V	51,8%	50,2%	52,2%	52,4%	53,6%	53,1%
%H (Ogół IND)		38,9%	13,2%	18,7%	16,3%	12,8%
Mężczyzna						
(000s)	17 687	7 323	2 299	3 230	2 678	2 155
%V	48,2%	49,8%	47,8%	47,6%	46,4%	47,0%
%H (Ogół IND)		41,4%	13,0%	18,3%	15,1%	12,2%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 193: Płeć

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Kobieta							
(000s)	18 995	2 874	3 057	1 933	3 878	3 925	3 327
%V	51,8%	51,5%	51,5%	52,0%	52,7%	51,8%	51,0%
%H (Ogół IND)		15,1%	16,1%	10,2%	20,4%	20,7%	17,5%
Mężczyzna							
(000s)	17 687	2 707	2 877	1 784	3 478	3 649	3 191
%V	48,2%	48,5%	48,5%	48,0%	47,3%	48,2%	49,0%
%H (Ogół IND)		15,3%	16,3%	10,1%	19,7%	20,6%	18,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 194: Płeć

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Kobieta					
(000s)	18 995	17 232	13 926	14 171	
%V	51,8%	52,1%	50,5%	50,3%	
%H (Ogół IND)		90,7%	73,3%	74,6%	
Mężczyzna					
(000s)	17 687	15 845	13 648	14 005	
%V	48,2%	47,9%	49,5%	49,7%	
%H (Ogół IND)		89,6%	77,2%	79,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 195: Płeć

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%	
Kobieta					
(000s)	18 995	17 557	14 919	14 342	
%V	51,8%	52,0%	50,6%	50,3%	
%H (Ogół IND)		92,4%	78,5%	75,5%	
Mężczyzna					
(000s)	17 687	16 234	14 583	14 156	
%V	48,2%	48,0%	49,4%	49,7%	
%H (Ogół IND)		91,8%	82,5%	80,0%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 196: Płeć

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706	
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%	
Kobieta					
(000s)	18 995	17 862	15 710	14 462	
%V	51,8%	51,8%	50,6%	50,4%	
%H (Ogół IND)		94,0%	82,7%	76,1%	
Mężczyzna					
(000s)	17 687	16 619	15 332	14 244	
%V	48,2%	48,2%	49,4%	49,6%	
%H (Ogół IND)		94,0%	86,7%	80,5%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 197: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
4 – 9			
(000s)	2 893	1 493	1 400
%V	7,9%	7,9%	7,9%
%H (Ogół IND)		51,6%	48,4%
10 – 15			
(000s)	1 858	819	1 038
%V	5,1%	4,3%	5,9%
%H (Ogół IND)		44,1%	55,9%
16 – 24			
(000s)	3 708	1 781	1 927
%V	10,1%	9,4%	10,9%
%H (Ogół IND)		48,0%	52,0%
25 – 34			
(000s)	4 971	2 513	2 457
%V	13,6%	13,2%	13,9%
%H (Ogół IND)		50,6%	49,4%
35 – 44			
(000s)	5 969	2 943	3 026
%V	16,3%	15,5%	17,1%
%H (Ogół IND)		49,3%	50,7%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 197: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
45 – 54			
(000s)	5 302	2 656	2 646
%V	14,5%	14,0%	15,0%
%H (Ogół IND)		50,1%	49,9%
55 – 64			
(000s)	4 806	2 482	2 324
%V	13,1%	13,1%	13,1%
%H (Ogół IND)		51,7%	48,4%
65+			
(000s)	7 175	4 307	2 868
%V	19,6%	22,7%	16,2%
%H (Ogół IND)		60,0%	40,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 198: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
4 – 9						
(000s)	2 893	2 893	–	–	–	–
%V	7,9%	66,9%	--	--	--	--
%H (Ogół IND)		100,0%	--	--	--	--
10 – 15						
(000s)	1 858	1 432	426	–	–	–
%V	5,1%	33,1%	9,9%	--	--	--
%H (Ogół IND)		77,1%	22,9%	--	--	--
16 – 24						
(000s)	3 708	–	1 132	372	1 971	233
%V	10,1%	--	26,3%	4,3%	14,9%	3,9%
%H (Ogół IND)		--	30,5%	10,0%	53,2%	6,3%
25 – 34						
(000s)	4 971	–	93	794	2 300	1 783
%V	13,6%	--	2,2%	9,1%	17,4%	29,5%
%H (Ogół IND)		--	1,9%	16,0%	46,3%	35,9%
35 – 44						
(000s)	5 969	–	170	1 150	2 678	1 971
%V	16,3%	--	4,0%	13,1%	20,2%	32,6%
%H (Ogół IND)		--	2,9%	19,3%	44,9%	33,0%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 198: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
45 – 54						
(000s)	5 302	–	288	1 808	2 287	920
%V	14,5%	--	6,7%	20,6%	17,3%	15,2%
%H (Ogół IND)		--	5,4%	34,1%	43,1%	17,4%
55 – 64						
(000s)	4 806	–	299	1 999	1 959	549
%V	13,1%	--	7,0%	22,8%	14,8%	9,1%
%H (Ogół IND)		--	6,2%	41,6%	40,8%	11,4%
65+						
(000s)	7 175	–	1 893	2 639	2 045	598
%V	19,6%	--	44,0%	30,1%	15,5%	9,9%
%H (Ogół IND)		--	26,4%	36,8%	28,5%	8,3%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 199: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
4 – 9						
(000s)	2 893	1 182	394	606	324	388
%V	7,9%	8,0%	8,2%	8,9%	5,6%	8,4%
%H (Ogół IND)		40,9%	13,6%	20,9%	11,2%	13,4%
10 – 15						
(000s)	1 858	884	223	376	221	153
%V	5,1%	6,0%	4,6%	5,6%	3,8%	3,3%
%H (Ogół IND)		47,6%	12,0%	20,3%	11,9%	8,2%
16 – 24						
(000s)	3 708	1 802	491	465	582	367
%V	10,1%	12,3%	10,2%	6,9%	10,1%	8,0%
%H (Ogół IND)		48,6%	13,3%	12,5%	15,7%	9,9%
25 – 34						
(000s)	4 971	1 911	508	887	778	887
%V	13,6%	13,0%	10,6%	13,1%	13,5%	19,3%
%H (Ogół IND)		38,4%	10,2%	17,8%	15,6%	17,9%
35 – 44						
(000s)	5 969	2 323	717	1 119	943	866
%V	16,3%	15,8%	14,9%	16,5%	16,3%	18,9%
%H (Ogół IND)		38,9%	12,0%	18,8%	15,8%	14,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 199: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
45 – 54						
(000s)	5 302	2 187	755	960	815	586
%V	14,5%	14,9%	15,7%	14,2%	14,1%	12,8%
%H (Ogół IND)		41,2%	14,2%	18,1%	15,4%	11,1%
55 – 64						
(000s)	4 806	1 988	687	867	762	503
%V	13,1%	13,5%	14,3%	12,8%	13,2%	11,0%
%H (Ogół IND)		41,4%	14,3%	18,0%	15,9%	10,5%
65+						
(000s)	7 175	2 438	1 039	1 505	1 353	841
%V	19,6%	16,6%	21,6%	22,2%	23,4%	18,3%
%H (Ogół IND)		34,0%	14,5%	21,0%	18,9%	11,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 200: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
4 – 9							
(000s)	2 893	476	481	296	574	680	386
%V	7,9%	8,5%	8,1%	8,0%	7,8%	9,0%	5,9%
%H (Ogół IND)		16,5%	16,6%	10,2%	19,8%	23,5%	13,4%
10 – 15							
(000s)	1 858	273	311	153	435	293	393
%V	5,1%	4,9%	5,2%	4,1%	5,9%	3,9%	6,0%
%H (Ogół IND)		14,7%	16,8%	8,2%	23,4%	15,8%	21,2%
16 – 24							
(000s)	3 708	602	674	282	671	753	726
%V	10,1%	10,8%	11,4%	7,6%	9,1%	9,9%	11,1%
%H (Ogół IND)		16,2%	18,2%	7,6%	18,1%	20,3%	19,6%
25 – 34							
(000s)	4 971	706	783	581	989	1 033	880
%V	13,6%	12,7%	13,2%	15,6%	13,4%	13,6%	13,5%
%H (Ogół IND)		14,2%	15,7%	11,7%	19,9%	20,8%	17,7%
35 – 44							
(000s)	5 969	981	917	555	1 199	1 310	1 006
%V	16,3%	17,6%	15,5%	14,9%	16,3%	17,3%	15,4%
%H (Ogół IND)		16,4%	15,4%	9,3%	20,1%	22,0%	16,9%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 200: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
45 – 54							
(000s)	5 302	770	939	535	1 109	1 019	931
%V	14,5%	13,8%	15,8%	14,4%	15,1%	13,5%	14,3%
%H (Ogół IND)		14,5%	17,7%	10,1%	20,9%	19,2%	17,6%
55 – 64							
(000s)	4 806	734	706	551	921	997	897
%V	13,1%	13,2%	11,9%	14,8%	12,5%	13,2%	13,8%
%H (Ogół IND)		15,3%	14,7%	11,5%	19,2%	20,8%	18,7%
65+							
(000s)	7 175	1 040	1 123	764	1 459	1 491	1 299
%V	19,6%	18,6%	18,9%	20,6%	19,8%	19,7%	19,9%
%H (Ogół IND)		14,5%	15,7%	10,7%	20,3%	20,8%	18,1%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 201: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682		33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)			90,2%	75,2%	76,8%
4 – 9					
(000s)	2 893		2 602	1 884	2 224
%V	7,9%		7,9%	6,8%	7,9%
%H (Ogół IND)			89,9%	65,1%	76,9%
10 – 15					
(000s)	1 858		1 711	1 087	1 825
%V	5,1%		5,2%	3,9%	6,5%
%H (Ogół IND)			92,1%	58,5%	98,2%
16 – 24					
(000s)	3 708		3 080	2 546	3 648
%V	10,1%		9,3%	9,2%	13,0%
%H (Ogół IND)			83,1%	68,7%	98,4%
25 – 34					
(000s)	4 971		4 198	3 916	4 883
%V	13,6%		12,7%	14,2%	17,3%
%H (Ogół IND)			84,5%	78,8%	98,2%
35 – 44					
(000s)	5 969		5 256	4 879	5 710
%V	16,3%		15,9%	17,7%	20,3%
%H (Ogół IND)			88,1%	81,7%	95,7%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 201: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
45 – 54					
(000s)	5 302	4 858	4 234	4 639	
%V	14,5%	14,7%	15,4%	16,5%	
%H (Ogół IND)		91,6%	79,9%	87,5%	
55 – 64					
(000s)	4 806	4 532	3 742	3 250	
%V	13,1%	13,7%	13,6%	11,5%	
%H (Ogół IND)		94,3%	77,9%	67,6%	
65+					
(000s)	7 175	6 839	5 287	1 998	
%V	19,6%	20,7%	19,2%	7,1%	
%H (Ogół IND)		95,3%	73,7%	27,8%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 202: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%
4 – 9				
(000s)	2 893	2 647	2 075	2 244
%V	7,9%	7,8%	7,0%	7,9%
%H (Ogół IND)		91,5%	71,7%	77,6%
10 – 15				
(000s)	1 858	1 768	1 221	1 831
%V	5,1%	5,2%	4,1%	6,4%
%H (Ogół IND)		95,2%	65,7%	98,6%
16 – 24				
(000s)	3 708	3 266	2 911	3 676
%V	10,1%	9,7%	9,9%	12,9%
%H (Ogół IND)		88,1%	78,5%	99,1%
25 – 34				
(000s)	4 971	4 325	4 149	4 925
%V	13,6%	12,8%	14,1%	17,3%
%H (Ogół IND)		87,0%	83,5%	99,1%
35 – 44				
(000s)	5 969	5 395	5 126	5 762
%V	16,3%	16,0%	17,4%	20,2%
%H (Ogół IND)		90,4%	85,9%	96,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 202: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%	
45 – 54					
(000s)	5 302	4 933	4 473	4 716	
%V	14,5%	14,6%	15,2%	16,6%	
%H (Ogół IND)		93,0%	84,4%	89,0%	
55 – 64					
(000s)	4 806	4 573	3 960	3 284	
%V	13,1%	13,5%	13,4%	11,5%	
%H (Ogół IND)		95,2%	82,4%	68,3%	
65+					
(000s)	7 175	6 883	5 586	2 059	
%V	19,6%	20,4%	18,9%	7,2%	
%H (Ogół IND)		95,9%	77,9%	28,7%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 203: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%
4 – 9				
(000s)	2 893	2 680	2 169	2 277
%V	7,9%	7,8%	7,0%	7,9%
%H (Ogół IND)		92,6%	75,0%	78,7%
10 – 15				
(000s)	1 858	1 798	1 333	1 834
%V	5,1%	5,2%	4,3%	6,4%
%H (Ogół IND)		96,8%	71,8%	98,7%
16 – 24				
(000s)	3 708	3 378	3 129	3 678
%V	10,1%	9,8%	10,1%	12,8%
%H (Ogół IND)		91,1%	84,4%	99,2%
25 – 34				
(000s)	4 971	4 485	4 364	4 938
%V	13,6%	13,0%	14,1%	17,2%
%H (Ogół IND)		90,2%	87,8%	99,3%
35 – 44				
(000s)	5 969	5 530	5 330	5 778
%V	16,3%	16,0%	17,2%	20,1%
%H (Ogół IND)		92,7%	89,3%	96,8%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 203: Wiek

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%
45 – 54				
(000s)	5 302	5 011	4 696	4 740
%V	14,5%	14,5%	15,1%	16,5%
%H (Ogół IND)		94,5%	88,6%	89,4%
55 – 64				
(000s)	4 806	4 628	4 174	3 316
%V	13,1%	13,4%	13,5%	11,6%
%H (Ogół IND)		96,3%	86,9%	69,0%
65+				
(000s)	7 175	6 972	5 847	2 145
%V	19,6%	20,2%	18,8%	7,5%
%H (Ogół IND)		97,2%	81,5%	29,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 204: Wykształcenie

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Niepełne Podstawowe			
(000s)	4 325	2 110	2 215
%V	11,8%	11,1%	12,5%
%H (Ogół IND)		48,8%	51,2%
Podstawowe			
(000s)	4 302	2 480	1 822
%V	11,7%	13,1%	10,3%
%H (Ogół IND)		57,7%	42,4%
Zawodowe			
(000s)	8 761	3 718	5 042
%V	23,9%	19,6%	28,5%
%H (Ogół IND)		42,4%	57,6%
Średnie			
(000s)	13 240	7 117	6 124
%V	36,1%	37,5%	34,6%
%H (Ogół IND)		53,8%	46,3%
Wyższe			
(000s)	6 054	3 570	2 484
%V	16,5%	18,8%	14,0%
%H (Ogół IND)		59,0%	41,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 205: Wykształcenie

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek							
Ogół IND		4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND									
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%
Niepełne Podstawowe									
(000s)	4 325	2 893	1 432	–	–	–	–	–	–
%V	11,8%	100,0%	77,1%	--	--	--	--	--	--
%H (Ogół IND)		66,9%	33,1%	--	--	--	--	--	--
Podstawowe									
(000s)	4 302	–	426	1 132	93	170	288	299	1 893
%V	11,7%	--	22,9%	30,5%	1,9%	2,9%	5,4%	6,2%	26,4%
%H (Ogół IND)		--	9,9%	26,3%	2,2%	4,0%	6,7%	7,0%	44,0%
Zawodowe									
(000s)	8 761	–	–	372	794	1 150	1 808	1 999	2 639
%V	23,9%	--	--	10,0%	16,0%	19,3%	34,1%	41,6%	36,8%
%H (Ogół IND)		--	--	4,3%	9,1%	13,1%	20,6%	22,8%	30,1%
Średnie									
(000s)	13 240	–	–	1 971	2 300	2 678	2 287	1 959	2 045
%V	36,1%	--	--	53,2%	46,3%	44,9%	43,1%	40,8%	28,5%
%H (Ogół IND)		--	--	14,9%	17,4%	20,2%	17,3%	14,8%	15,5%
Wyższe									
(000s)	6 054	–	–	233	1 783	1 971	920	549	598
%V	16,5%	--	--	6,3%	35,9%	33,0%	17,4%	11,4%	8,3%
%H (Ogół IND)		--	--	3,9%	29,5%	32,6%	15,2%	9,1%	9,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 206: Wykształcenie

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Niepełne Podstawowe						
(000s)	4 325	1 847	574	915	479	510
%V	11,8%	12,6%	11,9%	13,5%	8,3%	11,1%
%H (Ogół IND)		42,7%	13,3%	21,2%	11,1%	11,8%
Podstawowe						
(000s)	4 302	2 362	579	640	519	201
%V	11,7%	16,1%	12,0%	9,4%	9,0%	4,4%
%H (Ogół IND)		54,9%	13,5%	14,9%	12,1%	4,7%
Zawodowe						
(000s)	8 761	4 165	1 160	1 470	1 299	667
%V	23,9%	28,3%	24,1%	21,7%	22,5%	14,5%
%H (Ogół IND)		47,5%	13,2%	16,8%	14,8%	7,6%
Średnie						
(000s)	13 240	4 922	1 818	2 623	2 289	1 588
%V	36,1%	33,5%	37,8%	38,7%	39,6%	34,6%
%H (Ogół IND)		37,2%	13,7%	19,8%	17,3%	12,0%
Wyższe						
(000s)	6 054	1 419	683	1 137	1 190	1 625
%V	16,5%	9,6%	14,2%	16,8%	20,6%	35,4%
%H (Ogół IND)		23,4%	11,3%	18,8%	19,7%	26,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 207: Wykształcenie

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Niepełne Podstawowe							
(000s)	4 325	699	739	402	889	931	665
%V	11,8%	12,5%	12,5%	10,8%	12,1%	12,3%	10,2%
%H (Ogół IND)		16,2%	17,1%	9,3%	20,6%	21,5%	15,4%
Podstawowe							
(000s)	4 302	760	827	405	779	532	998
%V	11,7%	13,6%	13,9%	10,9%	10,6%	7,0%	15,3%
%H (Ogół IND)		17,7%	19,2%	9,4%	18,1%	12,4%	23,2%
Zawodowe							
(000s)	8 761	1 405	1 771	835	1 319	2 058	1 374
%V	23,9%	25,2%	29,8%	22,5%	17,9%	27,2%	21,1%
%H (Ogół IND)		16,0%	20,2%	9,5%	15,1%	23,5%	15,7%
Średnie							
(000s)	13 240	1 864	1 816	1 347	2 661	2 994	2 559
%V	36,1%	33,4%	30,6%	36,2%	36,2%	39,5%	39,3%
%H (Ogół IND)		14,1%	13,7%	10,2%	20,1%	22,6%	19,3%
Wyższe							
(000s)	6 054	853	782	728	1 709	1 060	922
%V	16,5%	15,3%	13,2%	19,6%	23,2%	14,0%	14,2%
%H (Ogół IND)		14,1%	12,9%	12,0%	28,2%	17,5%	15,2%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 208: Wykształcenie

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%
Niepełne Podstawowe				
(000s)	4 325	3 939	2 719	3 628
%V	11,8%	11,9%	9,9%	12,9%
%H (Ogół IND)		91,1%	62,9%	83,9%
Podstawowe				
(000s)	4 302	3 940	2 809	2 052
%V	11,7%	11,9%	10,2%	7,3%
%H (Ogół IND)		91,6%	65,3%	47,7%
Zawodowe				
(000s)	8 761	8 266	6 701	5 324
%V	23,9%	25,0%	24,3%	18,9%
%H (Ogół IND)		94,4%	76,5%	60,8%
Średnie				
(000s)	13 240	11 941	10 352	11 381
%V	36,1%	36,1%	37,5%	40,4%
%H (Ogół IND)		90,2%	78,2%	86,0%
Wyższe				
(000s)	6 054	4 992	4 994	5 793
%V	16,5%	15,1%	18,1%	20,6%
%H (Ogół IND)		82,5%	82,5%	95,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 209: Wykształcenie

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%	
Niepełne Podstawowe					
(000s)	4 325	4 016	3 017	3 650	
%V	11,8%	11,9%	10,2%	12,8%	
%H (Ogół IND)		92,9%	69,8%	84,4%	
Podstawowe					
(000s)	4 302	4 031	3 088	2 104	
%V	11,7%	11,9%	10,5%	7,4%	
%H (Ogół IND)		93,7%	71,8%	48,9%	
Zawodowe					
(000s)	8 761	8 393	7 149	5 409	
%V	23,9%	24,8%	24,2%	19,0%	
%H (Ogół IND)		95,8%	81,6%	61,7%	
Średnie					
(000s)	13 240	12 216	11 061	11 519	
%V	36,1%	36,2%	37,5%	40,4%	
%H (Ogół IND)		92,3%	83,5%	87,0%	
Wyższe					
(000s)	6 054	5 133	5 188	5 815	
%V	16,5%	15,2%	17,6%	20,4%	
%H (Ogół IND)		84,8%	85,7%	96,1%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 210: Wykształcenie

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%
Niepełne Podstawowe				
(000s)	4 325	4 066	3 204	3 685
%V	11,8%	11,8%	10,3%	12,8%
%H (Ogół IND)		94,0%	74,1%	85,2%
Podstawowe				
(000s)	4 302	4 135	3 320	2 136
%V	11,7%	12,0%	10,7%	7,4%
%H (Ogół IND)		96,1%	77,2%	49,7%
Zawodowe				
(000s)	8 761	8 511	7 487	5 464
%V	23,9%	24,7%	24,1%	19,0%
%H (Ogół IND)		97,2%	85,5%	62,4%
Średnie				
(000s)	13 240	12 441	11 633	11 589
%V	36,1%	36,1%	37,5%	40,4%
%H (Ogół IND)		94,0%	87,9%	87,5%
Wyższe				
(000s)	6 054	5 328	5 399	5 833
%V	16,5%	15,5%	17,4%	20,3%
%H (Ogół IND)		88,0%	89,2%	96,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 21I: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Pracuje			
(000s)	17 826	8 000	9 826
%V	48,6%	42,1%	55,6%
%H (Ogół IND)		44,9%	55,1%
Nie pracuje			
(000s)	18 856	10 995	7 860
%V	51,4%	57,9%	44,4%
%H (Ogół IND)		58,3%	41,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 212: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Pracuje										
(000s)	17 826	-	1	1 127	4 184	5 211	4 524	2 608	171	
%V	48,6%	--	0,1%	30,4%	84,2%	87,3%	85,3%	54,3%	2,4%	
%H (Ogół IND)		--	0,0%	6,3%	23,5%	29,2%	25,4%	14,6%	1,0%	
Nie pracuje										
(000s)	18 856	2 893	1 857	2 581	787	758	778	2 198	7 004	
%V	51,4%	100,0%	100,0%	69,6%	15,8%	12,7%	14,7%	45,7%	97,6%	
%H (Ogół IND)		15,3%	9,9%	13,7%	4,2%	4,0%	4,1%	11,7%	37,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 213: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Pracuje						
(000s)	17 826	–	368	4 243	8 300	4 914
%V	48,6%	--	8,6%	48,4%	62,7%	81,2%
%H (Ogół IND)		--	2,1%	23,8%	46,6%	27,6%
Nie pracuje						
(000s)	18 856	4 325	3 934	4 517	4 940	1 140
%V	51,4%	100,0%	91,4%	51,6%	37,3%	18,8%
%H (Ogół IND)		22,9%	20,9%	24,0%	26,2%	6,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 214: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Pracuje						
(000s)	17 826	6 954	2 152	3 251	2 834	2 634
%V	48,6%	47,3%	44,7%	47,9%	49,1%	57,4%
%H (Ogół IND)		39,0%	12,1%	18,2%	15,9%	14,8%
Nie pracuje						
(000s)	18 856	7 761	2 663	3 533	2 942	1 956
%V	51,4%	52,7%	55,3%	52,1%	50,9%	42,6%
%H (Ogół IND)		41,2%	14,1%	18,7%	15,6%	10,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 215: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region						
		Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND								
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517	
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%	
Pracuje								
(000s)	17 826	2 558	2 868	1 964	3 683	3 831	2 922	
%V	48,6%	45,8%	48,3%	52,8%	50,1%	50,6%	44,8%	
%H (Ogół IND)		14,4%	16,1%	11,0%	20,7%	21,5%	16,4%	
Nie pracuje								
(000s)	18 856	3 024	3 066	1 753	3 674	3 744	3 595	
%V	51,4%	54,2%	51,7%	47,2%	49,9%	49,4%	55,2%	
%H (Ogół IND)		16,0%	16,3%	9,3%	19,5%	19,9%	19,1%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 216: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Pracuje					
(000s)	17 826	15 764	14 521	16 571	
%V	48,6%	47,7%	52,7%	58,8%	
%H (Ogół IND)		88,4%	81,5%	93,0%	
Nie pracuje					
(000s)	18 856	17 313	13 053	11 606	
%V	51,4%	52,3%	47,3%	41,2%	
%H (Ogół IND)		91,8%	69,2%	61,6%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 217: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%
Pracuje				
(000s)	17 826	16 145	15 318	16 745
%V	48,6%	47,8%	51,9%	58,8%
%H (Ogół IND)		90,6%	85,9%	93,9%
Nie pracuje				
(000s)	18 856	17 645	14 184	11 753
%V	51,4%	52,2%	48,1%	41,2%
%H (Ogół IND)		93,6%	75,2%	62,3%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 218: Status zawodowy

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706	
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%	
Pracuje					
(000s)	17 826	16 537	16 036	16 785	
%V	48,6%	48,0%	51,7%	58,5%	
%H (Ogół IND)		92,8%	90,0%	94,2%	
Nie pracuje					
(000s)	18 856	17 945	15 005	11 921	
%V	51,4%	52,0%	48,3%	41,5%	
%H (Ogół IND)		95,2%	79,6%	63,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 219: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Północny			
(000s)	5 582	2 874	2 707
%V	15,2%	15,1%	15,3%
%H (Ogół IND)		51,5%	48,5%
Północno-zachodni			
(000s)	5 934	3 057	2 877
%V	16,2%	16,1%	16,3%
%H (Ogół IND)		51,5%	48,5%
Południowo-zachodni			
(000s)	3 717	1 933	1 784
%V	10,1%	10,2%	10,1%
%H (Ogół IND)		52,0%	48,0%
Centralny			
(000s)	7 357	3 878	3 478
%V	20,1%	20,4%	19,7%
%H (Ogół IND)		52,7%	47,3%
Południowy			
(000s)	7 575	3 925	3 649
%V	20,7%	20,7%	20,6%
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 219: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Wschodni			
(000s)	6 517	3 327	3 191
%V	17,8%	17,5%	18,0%
%H (Ogół IND)		51,0%	49,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 220: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Północny										
(000s)	5 582	476	273	602	706	981	770	734	1 040	
%V	15,2%	16,5%	14,7%	16,2%	14,2%	16,4%	14,5%	15,3%	14,5%	
%H (Ogół IND)		8,5%	4,9%	10,8%	12,7%	17,6%	13,8%	13,2%	18,6%	
Północno-zachodni										
(000s)	5 934	481	311	674	783	917	939	706	1 123	
%V	16,2%	16,6%	16,8%	18,2%	15,7%	15,4%	17,7%	14,7%	15,7%	
%H (Ogół IND)		8,1%	5,2%	11,4%	13,2%	15,5%	15,8%	11,9%	18,9%	
Południowo-zachodni										
(000s)	3 717	296	153	282	581	555	535	551	764	
%V	10,1%	10,2%	8,2%	7,6%	11,7%	9,3%	10,1%	11,5%	10,7%	
%H (Ogół IND)		8,0%	4,1%	7,6%	15,6%	14,9%	14,4%	14,8%	20,6%	
Centralny										
(000s)	7 357	574	435	671	989	1 199	1 109	921	1 459	
%V	20,1%	19,8%	23,4%	18,1%	19,9%	20,1%	20,9%	19,2%	20,3%	
%H (Ogół IND)		7,8%	5,9%	9,1%	13,4%	16,3%	15,1%	12,5%	19,8%	
Południowy										
(000s)	7 575	680	293	753	1 033	1 310	1 019	997	1 491	
%V	20,7%	23,5%	15,8%	20,3%	20,8%	22,0%	19,2%	20,8%	20,8%	
%H (Ogół IND)		9,0%	3,9%	9,9%	13,6%	17,3%	13,5%	13,2%	19,7%	

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 220: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek							
Ogół IND		4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND									
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%
Wschodni									
(000s)	6 517	386	393	726	880	1 006	931	897	1 299
%V	17,8%	13,4%	21,2%	19,6%	17,7%	16,9%	17,6%	18,7%	18,1%
%H (Ogół IND)		5,9%	6,0%	11,1%	13,5%	15,4%	14,3%	13,8%	19,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 221: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Północny						
(000s)	5 582	699	760	1 405	1 864	853
%V	15,2%	16,2%	17,7%	16,0%	14,1%	14,1%
%H (Ogół IND)		12,5%	13,6%	25,2%	33,4%	15,3%
Północno-zachodni						
(000s)	5 934	739	827	1 771	1 816	782
%V	16,2%	17,1%	19,2%	20,2%	13,7%	12,9%
%H (Ogół IND)		12,5%	13,9%	29,8%	30,6%	13,2%
Południowo-zachodni						
(000s)	3 717	402	405	835	1 347	728
%V	10,1%	9,3%	9,4%	9,5%	10,2%	12,0%
%H (Ogół IND)		10,8%	10,9%	22,5%	36,2%	19,6%
Centralny						
(000s)	7 357	889	779	1 319	2 661	1 709
%V	20,1%	20,6%	18,1%	15,1%	20,1%	28,2%
%H (Ogół IND)		12,1%	10,6%	17,9%	36,2%	23,2%
Południowy						
(000s)	7 575	931	532	2 058	2 994	1 060
%V	20,7%	21,5%	12,4%	23,5%	22,6%	17,5%
%H (Ogół IND)		12,3%	7,0%	27,2%	39,5%	14,0%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 221: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Wschodni						
(000s)	6 517	665	998	1 374	2 559	922
%V	17,8%	15,4%	23,2%	15,7%	19,3%	15,2%
%H (Ogół IND)		10,2%	15,3%	21,1%	39,3%	14,2%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 222: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Północny						
(000s)	5 582	2 203	769	1 008	1 603	–
%V	15,2%	15,0%	16,0%	14,9%	27,7%	--
%H (Ogół IND)		39,5%	13,8%	18,1%	28,7%	--
Północno-zachodni						
(000s)	5 934	2 400	881	1 038	892	723
%V	16,2%	16,3%	18,3%	15,3%	15,4%	15,8%
%H (Ogół IND)		40,5%	14,8%	17,5%	15,0%	12,2%
Południowo-zachodni						
(000s)	3 717	1 323	702	846	237	609
%V	10,1%	9,0%	14,6%	12,5%	4,1%	13,3%
%H (Ogół IND)		35,6%	18,9%	22,8%	6,4%	16,4%
Centralny						
(000s)	7 357	2 605	845	1 391	262	2 253
%V	20,1%	17,7%	17,6%	20,5%	4,5%	49,1%
%H (Ogół IND)		35,4%	11,5%	18,9%	3,6%	30,6%
Południowy						
(000s)	7 575	2 711	846	1 389	1 624	1 005
%V	20,7%	18,4%	17,6%	20,5%	28,1%	21,9%
%H (Ogół IND)		35,8%	11,2%	18,3%	21,5%	13,3%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 222: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
Wschodni						
(000s)	6 517	3 473	773	1 113	1 159	–
%V	17,8%	23,6%	16,1%	16,4%	20,1%	--
%H (Ogół IND)		53,3%	11,9%	17,1%	17,8%	--

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 223: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Północny							
(000s)	5 582	5 582	–	–	–	–	–
%V	15,2%	100,0%	--	--	--	--	--
%H (Ogół IND)		100,0%	--	--	--	--	--
Północno-zachodni							
(000s)	5 934	–	5 934	–	–	–	–
%V	16,2%	--	100,0%	--	--	--	--
%H (Ogół IND)		--	100,0%	--	--	--	--
Południowo-zachodni							
(000s)	3 717	–	–	3 717	–	–	–
%V	10,1%	--	--	100,0%	--	--	--
%H (Ogół IND)		--	--	100,0%	--	--	--
Centralny							
(000s)	7 357	–	–	–	7 357	–	–
%V	20,1%	--	--	--	100,0%	--	--
%H (Ogół IND)		--	--	--	100,0%	--	--
Południowy							
(000s)	7 575	–	–	–	–	7 575	–
%V	20,7%	--	--	--	--	100,0%	--
%H (Ogół IND)		--	--	--	--	100,0%	--

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 223: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Wschodni							
(000s)	6 517	–	–	–	–	–	6 517
%V	17,8%	--	--	--	--	--	100,0%
%H (Ogół IND)		--	--	--	--	--	100,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 224: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%
Północny				
(000s)	5 582	4 904	3 468	4 048
%V	15,2%	14,8%	12,6%	14,4%
%H (Ogół IND)		87,9%	62,1%	72,5%
Północno-zachodni				
(000s)	5 934	5 291	4 351	4 659
%V	16,2%	16,0%	15,8%	16,5%
%H (Ogół IND)		89,2%	73,3%	78,5%
Południowo-zachodni				
(000s)	3 717	3 365	2 858	2 850
%V	10,1%	10,2%	10,4%	10,1%
%H (Ogół IND)		90,5%	76,9%	76,7%
Centralny				
(000s)	7 357	6 556	5 987	5 783
%V	20,1%	19,8%	21,7%	20,5%
%H (Ogół IND)		89,1%	81,4%	78,6%
Południowy				
(000s)	7 575	6 793	6 050	6 157
%V	20,7%	20,5%	21,9%	21,9%
%H (Ogół IND)		89,7%	79,9%	81,3%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 224: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Wschodni					
(000s)	6 517	6 168	4 860	4 679	
%V	17,8%	18,7%	17,6%	16,6%	
%H (Ogół IND)		94,7%	74,6%	71,8%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 225: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682		33 790	29 502	28 498
%H (Ogół IND)			92,1%	80,4%	77,7%
Północny					
(000s)	5 582		5 070	3 910	4 129
%V	15,2%		15,0%	13,3%	14,5%
%H (Ogół IND)			90,8%	70,1%	74,0%
Północno-zachodni					
(000s)	5 934		5 510	4 915	4 816
%V	16,2%		16,3%	16,7%	16,9%
%H (Ogół IND)			92,9%	82,8%	81,2%
Południowo-zachodni					
(000s)	3 717		3 401	3 020	2 858
%V	10,1%		10,1%	10,2%	10,0%
%H (Ogół IND)			91,5%	81,3%	76,9%
Centralny					
(000s)	7 357		6 685	6 276	5 800
%V	20,1%		19,8%	21,3%	20,4%
%H (Ogół IND)			90,9%	85,3%	78,8%
Południowy					
(000s)	7 575		6 898	6 315	6 173
%V	20,7%		20,4%	21,4%	21,7%
%H (Ogół IND)			91,1%	83,4%	81,5%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 225: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%	
Wschodni					
(000s)	6 517	6 225	5 064	4 722	
%V	17,8%	18,4%	17,2%	16,6%	
%H (Ogół IND)		95,5%	77,7%	72,5%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/2

Tabela 226: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%
Północny				
(000s)	5 582	5 198	4 337	4 175
%V	15,2%	15,1%	14,0%	14,5%
%H (Ogół IND)		93,1%	77,7%	74,8%
Północno-zachodni				
(000s)	5 934	5 783	5 360	4 874
%V	16,2%	16,8%	17,3%	17,0%
%H (Ogół IND)		97,5%	90,3%	82,1%
Południowo-zachodni				
(000s)	3 717	3 441	3 120	2 863
%V	10,1%	10,0%	10,1%	10,0%
%H (Ogół IND)		92,6%	83,9%	77,0%
Centralny				
(000s)	7 357	6 812	6 472	5 827
%V	20,1%	19,8%	20,9%	20,3%
%H (Ogół IND)		92,6%	88,0%	79,2%
Południowy				
(000s)	7 575	6 969	6 513	6 193
%V	20,7%	20,2%	21,0%	21,6%
%H (Ogół IND)		92,0%	86,0%	81,8%

*ciąg dalszy na następnej stronie

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 2/2

Tabela 226: Region

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706	
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%	
Wschodni					
(000s)	6 517	6 278	5 240	4 775	
%V	17,8%	18,2%	16,9%	16,6%	
%H (Ogół IND)		96,3%	80,4%	73,3%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 227: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
1 osoba w gospodarstwie domowym			
(000s)	4 373	2 664	1 709
%V	11,9%	14,0%	9,7%
%H (Ogół IND)		60,9%	39,1%
2 osoby			
(000s)	8 658	4 418	4 240
%V	23,6%	23,3%	24,0%
%H (Ogół IND)		51,0%	49,0%
3 osoby			
(000s)	8 200	4 121	4 079
%V	22,4%	21,7%	23,1%
%H (Ogół IND)		50,3%	49,7%
4 osoby			
(000s)	6 281	3 112	3 169
%V	17,1%	16,4%	17,9%
%H (Ogół IND)		49,5%	50,5%
5 osób+			
(000s)	9 170	4 680	4 490
%V	25,0%	24,6%	25,4%
%H (Ogół IND)		51,0%	49,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 228: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
1 osoba w gospodarstwie domowym										
(000s)	4 373	–	–	149	388	433	434	797	2 172	
%V	11,9%	--	--	4,0%	7,8%	7,3%	8,2%	16,6%	30,3%	
%H (Ogół IND)		--	--	3,4%	8,9%	9,9%	9,9%	18,2%	49,7%	
2 osoby										
(000s)	8 658	63	46	346	940	1 037	1 226	2 027	2 973	
%V	23,6%	2,2%	2,5%	9,3%	18,9%	17,4%	23,1%	42,2%	41,4%	
%H (Ogół IND)		0,7%	0,5%	4,0%	10,9%	12,0%	14,2%	23,4%	34,3%	
3 osoby										
(000s)	8 200	607	366	835	1 516	1 795	1 461	864	755	
%V	22,4%	21,0%	19,7%	22,5%	30,5%	30,1%	27,6%	18,0%	10,5%	
%H (Ogół IND)		7,4%	4,5%	10,2%	18,5%	21,9%	17,8%	10,5%	9,2%	
4 osoby										
(000s)	6 281	881	543	918	920	1 279	1 071	339	330	
%V	17,1%	30,4%	29,3%	24,8%	18,5%	21,4%	20,2%	7,0%	4,6%	
%H (Ogół IND)		14,0%	8,7%	14,6%	14,6%	20,4%	17,0%	5,4%	5,3%	
5 osób+										
(000s)	9 170	1 342	902	1 460	1 207	1 424	1 110	780	945	
%V	25,0%	46,4%	48,6%	39,4%	24,3%	23,9%	20,9%	16,2%	13,2%	
%H (Ogół IND)		14,6%	9,8%	15,9%	13,2%	15,5%	12,1%	8,5%	10,3%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 229: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
1 osoba w gospodarstwie domowym						
(000s)	4 373	–	694	1 149	1 599	931
%V	11,9%	--	16,1%	13,1%	12,1%	15,4%
%H (Ogół IND)		--	15,9%	26,3%	36,6%	21,3%
2 osoby						
(000s)	8 658	102	776	2 647	3 438	1 695
%V	23,6%	2,4%	18,0%	30,2%	26,0%	28,0%
%H (Ogół IND)		1,2%	9,0%	30,6%	39,7%	19,6%
3 osoby						
(000s)	8 200	864	725	1 727	3 197	1 687
%V	22,4%	20,0%	16,9%	19,7%	24,1%	27,9%
%H (Ogół IND)		10,5%	8,9%	21,1%	39,0%	20,6%
4 osoby						
(000s)	6 281	1 351	663	1 051	2 189	1 027
%V	17,1%	31,2%	15,4%	12,0%	16,5%	17,0%
%H (Ogół IND)		21,5%	10,6%	16,7%	34,9%	16,4%
5 osób+						
(000s)	9 170	2 008	1 443	2 186	2 818	715
%V	25,0%	46,4%	33,6%	25,0%	21,3%	11,8%
%H (Ogół IND)		21,9%	15,7%	23,8%	30,7%	7,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 230: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
1 osoba w gospodarstwie domowym						
(000s)	4 373	950	553	1 026	1 040	804
%V	11,9%	6,5%	11,5%	15,1%	18,0%	17,5%
%H (Ogół IND)		21,7%	12,6%	23,5%	23,8%	18,4%
2 osoby						
(000s)	8 658	2 469	1 192	1 852	1 675	1 469
%V	23,6%	16,8%	24,8%	27,3%	29,0%	32,0%
%H (Ogół IND)		28,5%	13,8%	21,4%	19,4%	17,0%
3 osoby						
(000s)	8 200	2 699	1 223	1 598	1 249	1 431
%V	22,4%	18,3%	25,4%	23,6%	21,6%	31,2%
%H (Ogół IND)		32,9%	14,9%	19,5%	15,2%	17,5%
4 osoby						
(000s)	6 281	2 706	934	1 040	972	628
%V	17,1%	18,4%	19,4%	15,3%	16,8%	13,7%
%H (Ogół IND)		43,1%	14,9%	16,6%	15,5%	10,0%
5 osób+						
(000s)	9 170	5 890	913	1 268	840	259
%V	25,0%	40,0%	19,0%	18,7%	14,6%	5,6%
%H (Ogół IND)		64,2%	10,0%	13,8%	9,2%	2,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 231: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
1 osoba w gospodarstwie domowym							
(000s)	4 373	802	348	712	1 033	915	561
%V	11,9%	14,4%	5,9%	19,2%	14,1%	12,1%	8,6%
%H (Ogół IND)		18,4%	8,0%	16,3%	23,6%	20,9%	12,8%
2 osoby							
(000s)	8 658	1 596	1 131	1 072	1 903	1 735	1 221
%V	23,6%	28,6%	19,1%	28,9%	25,9%	22,9%	18,7%
%H (Ogół IND)		18,4%	13,1%	12,4%	22,0%	20,0%	14,1%
3 osoby							
(000s)	8 200	1 239	1 104	949	1 710	1 854	1 344
%V	22,4%	22,2%	18,6%	25,5%	23,3%	24,5%	20,6%
%H (Ogół IND)		15,1%	13,5%	11,6%	20,9%	22,6%	16,4%
4 osoby							
(000s)	6 281	838	1 200	615	1 142	1 189	1 297
%V	17,1%	15,0%	20,2%	16,5%	15,5%	15,7%	19,9%
%H (Ogół IND)		13,3%	19,1%	9,8%	18,2%	18,9%	20,6%
5 osób+							
(000s)	9 170	1 107	2 151	369	1 568	1 881	2 094
%V	25,0%	19,8%	36,3%	9,9%	21,3%	24,8%	32,1%
%H (Ogół IND)		12,1%	23,5%	4,0%	17,1%	20,5%	22,8%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 232: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
1 osoba w gospodarstwie domowym					
(000s)	4 373	3 746	2 978	2 387	
%V	11,9%	11,3%	10,8%	8,5%	
%H (Ogół IND)		85,7%	68,1%	54,6%	
2 osoby					
(000s)	8 658	7 880	6 731	5 978	
%V	23,6%	23,8%	24,4%	21,2%	
%H (Ogół IND)		91,0%	77,8%	69,0%	
3 osoby					
(000s)	8 200	7 491	6 583	6 920	
%V	22,4%	22,7%	23,9%	24,6%	
%H (Ogół IND)		91,4%	80,3%	84,4%	
4 osoby					
(000s)	6 281	5 599	4 819	5 486	
%V	17,1%	16,9%	17,5%	19,5%	
%H (Ogół IND)		89,2%	76,7%	87,3%	
5 osób+					
(000s)	9 170	8 360	6 463	7 407	
%V	25,0%	25,3%	23,4%	26,3%	
%H (Ogół IND)		91,2%	70,5%	80,8%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 233: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%	
1 osoba w gospodarstwie domowym					
(000s)	4 373	3 833	3 165	2 394	
%V	11,9%	11,3%	10,7%	8,4%	
%H (Ogół IND)		87,7%	72,4%	54,7%	
2 osoby					
(000s)	8 658	7 995	7 151	6 062	
%V	23,6%	23,7%	24,2%	21,3%	
%H (Ogół IND)		92,3%	82,6%	70,0%	
3 osoby					
(000s)	8 200	7 614	6 888	6 958	
%V	22,4%	22,5%	23,4%	24,4%	
%H (Ogół IND)		92,9%	84,0%	84,9%	
4 osoby					
(000s)	6 281	5 732	5 156	5 534	
%V	17,1%	17,0%	17,5%	19,4%	
%H (Ogół IND)		91,3%	82,1%	88,1%	
5 osób+					
(000s)	9 170	8 616	7 142	7 550	
%V	25,0%	25,5%	24,2%	26,5%	
%H (Ogół IND)		94,0%	77,9%	82,3%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 234: Wielkość gosp. domowego

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%
1 osoba w gospodarstwie domowym				
(000s)	4 373	3 925	3 334	2 424
%V	11,9%	11,4%	10,7%	8,4%
%H (Ogół IND)		89,8%	76,2%	55,4%
2 osoby				
(000s)	8 658	8 108	7 478	6 131
%V	23,6%	23,5%	24,1%	21,4%
%H (Ogół IND)		93,6%	86,4%	70,8%
3 osoby				
(000s)	8 200	7 725	7 143	6 990
%V	22,4%	22,4%	23,0%	24,4%
%H (Ogół IND)		94,2%	87,1%	85,2%
4 osoby				
(000s)	6 281	5 858	5 438	5 554
%V	17,1%	17,0%	17,5%	19,4%
%H (Ogół IND)		93,3%	86,6%	88,4%
5 osób+				
(000s)	9 170	8 867	7 648	7 607
%V	25,0%	25,7%	24,6%	26,5%
%H (Ogół IND)		96,7%	83,4%	83,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 235: Miejsce zamieszkania

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Wieś			
(000s)	14 715	7 392	7 323
%V	40,1%	38,9%	41,4%
%H (Ogół IND)		50,2%	49,8%
Miasto			
(000s)	21 967	11 603	10 363
%V	59,9%	61,1%	58,6%
%H (Ogół IND)		52,8%	47,2%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 236: Miejsce zamieszkania

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Wieś										
(000s)	14 715	1 182	884	1 802	1 911	2 323	2 187	1 988	2 438	
%V	40,1%	40,9%	47,6%	48,6%	38,4%	38,9%	41,2%	41,4%	34,0%	
%H (Ogół IND)		8,0%	6,0%	12,3%	13,0%	15,8%	14,9%	13,5%	16,6%	
Miasto										
(000s)	21 967	1 711	974	1 906	3 060	3 646	3 115	2 818	4 738	
%V	59,9%	59,1%	52,4%	51,4%	61,6%	61,1%	58,8%	58,6%	66,0%	
%H (Ogół IND)		7,8%	4,4%	8,7%	13,9%	16,6%	14,2%	12,8%	21,6%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 237: Miejsce zamieszkania

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Wieś						
(000s)	14 715	1 847	2 362	4 165	4 922	1 419
%V	40,1%	42,7%	54,9%	47,5%	37,2%	23,4%
%H (Ogół IND)		12,6%	16,1%	28,3%	33,5%	9,6%
Miasto						
(000s)	21 967	2 478	1 939	4 596	8 318	4 635
%V	59,9%	57,3%	45,1%	52,5%	62,8%	76,6%
%H (Ogół IND)		11,3%	8,8%	20,9%	37,9%	21,1%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 238: Miejsce zamieszkania

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Wieś							
(000s)	14 715	2 203	2 400	1 323	2 605	2 711	3 473
%V	40,1%	39,5%	40,5%	35,6%	35,4%	35,8%	53,3%
%H (Ogół IND)		15,0%	16,3%	9,0%	17,7%	18,4%	23,6%
Miasto							
(000s)	21 967	3 379	3 534	2 394	4 752	4 864	3 044
%V	59,9%	60,5%	59,6%	64,4%	64,6%	64,2%	46,7%
%H (Ogół IND)		15,4%	16,1%	10,9%	21,6%	22,1%	13,9%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 239: Miejsce zamieszkania

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177	
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%	
Wieś					
(000s)	14 715	13 494	11 342	10 844	
%V	40,1%	40,8%	41,1%	38,5%	
%H (Ogół IND)		91,7%	77,1%	73,7%	
Miasto					
(000s)	21 967	19 583	16 233	17 333	
%V	59,9%	59,2%	58,9%	61,5%	
%H (Ogół IND)		89,2%	73,9%	78,9%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 240: Miejsce zamieszkania

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498	
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%	
Wieś					
(000s)	14 715	13 801	12 072	10 990	
%V	40,1%	40,8%	40,9%	38,6%	
%H (Ogół IND)		93,8%	82,0%	74,7%	
Miasto					
(000s)	21 967	19 989	17 430	17 508	
%V	59,9%	59,2%	59,1%	61,4%	
%H (Ogół IND)		91,0%	79,4%	79,7%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 241: Miejsce zamieszkania

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND					
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706	
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%	
Wieś					
(000s)	14 715	14 064	12 656	11 083	
%V	40,1%	40,8%	40,8%	38,6%	
%H (Ogół IND)		95,6%	86,0%	75,3%	
Miasto					
(000s)	21 967	20 418	18 386	17 624	
%V	59,9%	59,2%	59,2%	61,4%	
%H (Ogół IND)		93,0%	83,7%	80,2%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 242: Wielkość miejscowości

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Płeć		
	Ogół IND	Kobieta	Mężczyzna
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
Wieś			
(000s)	14 715	7 392	7 323
%V	40,1%	38,9%	41,4%
%H (Ogół IND)		50,2%	49,8%
Do 20 tys.			
(000s)	4 815	2 515	2 299
%V	13,1%	13,2%	13,0%
%H (Ogół IND)		52,2%	47,8%
Powyżej 20 tys. do 100 tys.			
(000s)	6 785	3 555	3 230
%V	18,5%	18,7%	18,3%
%H (Ogół IND)		52,4%	47,6%
Powyżej 100 tys. do 500 tys.			
(000s)	5 777	3 098	2 678
%V	15,8%	16,3%	15,1%
%H (Ogół IND)		53,6%	46,4%
Powyżej 500 tys.			
(000s)	4 591	2 436	2 155
%V	12,5%	12,8%	12,2%
%H (Ogół IND)		53,1%	47,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 243: Wielkość miejscowości

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 – 9	10 – 15	16 – 24	25 – 34	35 – 44	45 – 54	55 – 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
Wieś										
(000s)	14 715	1 182	884	1 802	1 911	2 323	2 187	1 988	2 438	
%V	40,1%	40,9%	47,6%	48,6%	38,4%	38,9%	41,2%	41,4%	34,0%	
%H (Ogół IND)		8,0%	6,0%	12,3%	13,0%	15,8%	14,9%	13,5%	16,6%	
Do 20 tys.										
(000s)	4 815	394	223	491	508	717	755	687	1 039	
%V	13,1%	13,6%	12,0%	13,3%	10,2%	12,0%	14,2%	14,3%	14,5%	
%H (Ogół IND)		8,2%	4,6%	10,2%	10,6%	14,9%	15,7%	14,3%	21,6%	
Powyżej 20 tys. do 100 tys.										
(000s)	6 785	606	376	465	887	1 119	960	867	1 505	
%V	18,5%	20,9%	20,3%	12,5%	17,8%	18,8%	18,1%	18,0%	21,0%	
%H (Ogół IND)		8,9%	5,6%	6,9%	13,1%	16,5%	14,2%	12,8%	22,2%	
Powyżej 100 tys. do 500 tys.										
(000s)	5 777	324	221	582	778	943	815	762	1 353	
%V	15,8%	11,2%	11,9%	15,7%	15,6%	15,8%	15,4%	15,9%	18,9%	
%H (Ogół IND)		5,6%	3,8%	10,1%	13,5%	16,3%	14,1%	13,2%	23,4%	
Powyżej 500 tys.										
(000s)	4 591	388	153	367	887	866	586	503	841	
%V	12,5%	13,4%	8,2%	9,9%	17,9%	14,5%	11,1%	10,5%	11,7%	
%H (Ogół IND)		8,4%	3,3%	8,0%	19,3%	18,9%	12,8%	11,0%	18,3%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) - Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 244: Wielkość miejscowości

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
Wieś						
(000s)	14 715	1 847	2 362	4 165	4 922	1 419
%V	40,1%	42,7%	54,9%	47,5%	37,2%	23,4%
%H (Ogół IND)		12,6%	16,1%	28,3%	33,5%	9,6%
Do 20 tys.						
(000s)	4 815	574	579	1 160	1 818	683
%V	13,1%	13,3%	13,5%	13,2%	13,7%	11,3%
%H (Ogół IND)		11,9%	12,0%	24,1%	37,8%	14,2%
Powyżej 20 tys. do 100 tys.						
(000s)	6 785	915	640	1 470	2 623	1 137
%V	18,5%	21,2%	14,9%	16,8%	19,8%	18,8%
%H (Ogół IND)		13,5%	9,4%	21,7%	38,7%	16,8%
Powyżej 100 tys. do 500 tys.						
(000s)	5 777	479	519	1 299	2 289	1 190
%V	15,8%	11,1%	12,1%	14,8%	17,3%	19,7%
%H (Ogół IND)		8,3%	9,0%	22,5%	39,6%	20,6%
Powyżej 500 tys.						
(000s)	4 591	510	201	667	1 588	1 625
%V	12,5%	11,8%	4,7%	7,6%	12,0%	26,9%
%H (Ogół IND)		11,1%	4,4%	14,5%	34,6%	35,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) - Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 245: Wielkość miejscowości

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno- zachodni	Południowo- zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
Wieś							
(000s)	14 715	2 203	2 400	1 323	2 605	2 711	3 473
%V	40,1%	39,5%	40,5%	35,6%	35,4%	35,8%	53,3%
%H (Ogół IND)		15,0%	16,3%	9,0%	17,7%	18,4%	23,6%
Do 20 tys.							
(000s)	4 815	769	881	702	845	846	773
%V	13,1%	13,8%	14,8%	18,9%	11,5%	11,2%	11,9%
%H (Ogół IND)		16,0%	18,3%	14,6%	17,6%	17,6%	16,1%
Powyżej 20 tys. do 100 tys.							
(000s)	6 785	1 008	1 038	846	1 391	1 389	1 113
%V	18,5%	18,1%	17,5%	22,8%	18,9%	18,3%	17,1%
%H (Ogół IND)		14,9%	15,3%	12,5%	20,5%	20,5%	16,4%
Powyżej 100 tys. do 500 tys.							
(000s)	5 777	1 603	892	237	262	1 624	1 159
%V	15,8%	28,7%	15,0%	6,4%	3,6%	21,5%	17,8%
%H (Ogół IND)		27,7%	15,4%	4,1%	4,5%	28,1%	20,1%
Powyżej 500 tys.							
(000s)	4 591	–	723	609	2 253	1 005	–
%V	12,5%	--	12,2%	16,4%	30,6%	13,3%	--
%H (Ogół IND)		--	15,8%	13,3%	49,1%	21,9%	--

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 246: Wielkość miejscowości

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)			
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%
Wieś				
(000s)	14 715	13 494	11 342	10 844
%V	40,1%	40,8%	41,1%	38,5%
%H (Ogół IND)		91,7%	77,1%	73,7%
Do 20 tys.				
(000s)	4 815	4 328	3 504	3 606
%V	13,1%	13,1%	12,7%	12,8%
%H (Ogół IND)		89,9%	72,8%	74,9%
Powyżej 20 tys. do 100 tys.				
(000s)	6 785	6 196	4 804	5 241
%V	18,5%	18,7%	17,4%	18,6%
%H (Ogół IND)		91,3%	70,8%	77,3%
Powyżej 100 tys. do 500 tys.				
(000s)	5 777	5 220	4 346	4 615
%V	15,8%	15,8%	15,8%	16,4%
%H (Ogół IND)		90,4%	75,2%	79,9%
Powyżej 500 tys.				
(000s)	4 591	3 839	3 579	3 871
%V	12,5%	11,6%	13,0%	13,7%
%H (Ogół IND)		83,6%	78,0%	84,3%

Podstawa: Cała próba - Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) - Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 247: Wielkość miejscowości

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%
Wieś				
(000s)	14 715	13 801	12 072	10 990
%V	40,1%	40,8%	40,9%	38,6%
%H (Ogół IND)		93,8%	82,0%	74,7%
Do 20 tys.				
(000s)	4 815	4 444	3 759	3 644
%V	13,1%	13,2%	12,7%	12,8%
%H (Ogół IND)		92,3%	78,1%	75,7%
Powyżej 20 tys. do 100 tys.				
(000s)	6 785	6 301	5 208	5 338
%V	18,5%	18,7%	17,7%	18,7%
%H (Ogół IND)		92,9%	76,8%	78,7%
Powyżej 100 tys. do 500 tys.				
(000s)	5 777	5 305	4 671	4 643
%V	15,8%	15,7%	15,8%	16,3%
%H (Ogół IND)		91,8%	80,9%	80,4%
Powyżej 500 tys.				
(000s)	4 591	3 939	3 791	3 883
%V	12,5%	11,7%	12,9%	13,6%
%H (Ogół IND)		85,8%	82,6%	84,6%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 248: Wielkość miejscowości

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

	Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)			
	Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio	Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%
Wieś				
(000s)	14 715	14 064	12 656	11 083
%V	40,1%	40,8%	40,8%	38,6%
%H (Ogół IND)		95,6%	86,0%	75,3%
Do 20 tys.				
(000s)	4 815	4 507	3 951	3 672
%V	13,1%	13,1%	12,7%	12,8%
%H (Ogół IND)		93,6%	82,1%	76,3%
Powyżej 20 tys. do 100 tys.				
(000s)	6 785	6 457	5 568	5 381
%V	18,5%	18,7%	17,9%	18,8%
%H (Ogół IND)		95,2%	82,1%	79,3%
Powyżej 100 tys. do 500 tys.				
(000s)	5 777	5 392	4 951	4 671
%V	15,8%	15,6%	16,0%	16,3%
%H (Ogół IND)		93,3%	85,7%	80,9%
Powyżej 500 tys.				
(000s)	4 591	4 062	3 916	3 899
%V	12,5%	11,8%	12,6%	13,6%

%H (Ogół IND)	88,5%	85,3%	84,9%
---------------	-------	-------	-------

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 249: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Płeć	
		Ogół IND	Mężczyzna
		Kobieta	
Ogół IND			
(000s)	36 682	18 995	17 687
%H (Ogół IND)		51,8%	48,2%
DOBRA			
(000s)	7 907	3 889	4 018
%V	21,6%	20,5%	22,7%
%H (Ogół IND)		49,2%	50,8%
ŚREDNIA			
(000s)	20 140	10 519	9 621
%V	54,9%	55,4%	54,4%
%H (Ogół IND)		52,2%	47,8%
ZŁA			
(000s)	7 167	3 848	3 319
%V	19,5%	20,3%	18,8%
%H (Ogół IND)		53,7%	46,3%
odmowa			
(000s)	1 467	738	729
%V	4,0%	3,9%	4,1%
%H (Ogół IND)		50,3%	49,7%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 250: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wiek								
		Ogół IND	4 - 9	10 - 15	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Ogół IND										
(000s)	36 682	2 893	1 858	3 708	4 971	5 969	5 302	4 806	7 175	
%H (Ogół IND)		7,9%	5,1%	10,1%	13,6%	16,3%	14,5%	13,1%	19,6%	
DOBRA										
(000s)	7 907	769	421	741	1 449	1 746	1 276	824	683	
%V	21,6%	26,6%	22,7%	20,0%	29,1%	29,3%	24,1%	17,1%	9,5%	
%H (Ogół IND)		9,7%	5,3%	9,4%	18,3%	22,1%	16,1%	10,4%	8,6%	
ŚREDNIA										
(000s)	20 140	1 469	995	2 185	2 647	3 001	2 995	2 861	3 987	
%V	54,9%	50,8%	53,6%	58,9%	53,3%	50,3%	56,5%	59,5%	55,6%	
%H (Ogół IND)		7,3%	4,9%	10,9%	13,1%	14,9%	14,9%	14,2%	19,8%	
ZŁA										
(000s)	7 167	454	349	616	673	900	865	994	2 316	
%V	19,5%	15,7%	18,8%	16,6%	13,5%	15,1%	16,3%	20,7%	32,3%	
%H (Ogół IND)		6,3%	4,9%	8,6%	9,4%	12,6%	12,1%	13,9%	32,3%	
odmowa										
(000s)	1 467	201	93	166	203	322	166	127	189	
%V	4,0%	7,0%	5,0%	4,5%	4,1%	5,4%	3,1%	2,6%	2,6%	
%H (Ogół IND)		13,7%	6,4%	11,3%	13,8%	21,9%	11,3%	8,6%	12,9%	

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 251: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wykształcenie				
	Ogół IND	Niepełne Podstawowe	Podstawowe	Zawodowe	Średnie	Wyższe
Ogół IND						
(000s)	36 682	4 325	4 302	8 761	13 240	6 054
%H (Ogół IND)		11,8%	11,7%	23,9%	36,1%	16,5%
DOBRA						
(000s)	7 907	1 080	509	1 036	2 627	2 656
%V	21,6%	25,0%	11,8%	11,8%	19,8%	43,9%
%H (Ogół IND)		13,7%	6,4%	13,1%	33,2%	33,6%
ŚREDNIA						
(000s)	20 140	2 261	2 310	5 186	7 681	2 702
%V	54,9%	52,3%	53,7%	59,2%	58,0%	44,6%
%H (Ogół IND)		11,2%	11,5%	25,8%	38,1%	13,4%
ZŁA						
(000s)	7 167	703	1 384	2 241	2 386	454
%V	19,5%	16,3%	32,2%	25,6%	18,0%	7,5%
%H (Ogół IND)		9,8%	19,3%	31,3%	33,3%	6,3%
odmowa						
(000s)	1 467	281	99	299	546	242
%V	4,0%	6,5%	2,3%	3,4%	4,1%	4,0%
%H (Ogół IND)		19,2%	6,7%	20,4%	37,2%	16,5%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 252: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Wielkość miejscowości				
	Ogół IND	Wieś	Do 20 tys.	Powyżej 20 tys. do 100 tys.	Powyżej 100 tys. do 500 tys.	Powyżej 500 tys.
Ogół IND						
(000s)	36 682	14 715	4 815	6 785	5 777	4 591
%H (Ogół IND)		40,1%	13,1%	18,5%	15,7%	12,5%
DOBRA						
(000s)	7 907	2 638	1 182	1 378	1 015	1 694
%V	21,6%	17,9%	24,6%	20,3%	17,6%	36,9%
%H (Ogół IND)		33,4%	15,0%	17,4%	12,8%	21,4%
ŚREDNIA						
(000s)	20 140	8 072	2 624	3 939	3 357	2 150
%V	54,9%	54,9%	54,5%	58,1%	58,1%	46,8%
%H (Ogół IND)		40,1%	13,0%	19,6%	16,7%	10,7%
ZŁA						
(000s)	7 167	3 390	930	1 140	1 143	564
%V	19,5%	23,0%	19,3%	16,8%	19,8%	12,3%
%H (Ogół IND)		47,3%	13,0%	15,9%	16,0%	7,9%
odmowa						
(000s)	1 467	616	78	327	262	183
%V	4,0%	4,2%	1,6%	4,8%	4,5%	4,0%
%H (Ogół IND)		42,0%	5,3%	22,3%	17,9%	12,5%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 253: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Region					
	Ogół IND	Północny	Północno-zachodni	Południowo-zachodni	Centralny	Południowy	Wschodni
Ogół IND							
(000s)	36 682	5 582	5 934	3 717	7 357	7 575	6 517
%H (Ogół IND)		15,2%	16,2%	10,1%	20,1%	20,6%	17,8%
DOBRA							
(000s)	7 907	1 124	1 211	1 233	2 074	1 218	1 048
%V	21,6%	20,1%	20,4%	33,2%	28,2%	16,1%	16,1%
%H (Ogół IND)		14,2%	15,3%	15,6%	26,2%	15,4%	13,3%
ŚREDNIA							
(000s)	20 140	3 224	3 958	1 883	3 290	4 308	3 478
%V	54,9%	57,8%	66,7%	50,6%	44,7%	56,9%	53,4%
%H (Ogół IND)		16,0%	19,7%	9,4%	16,3%	21,4%	17,3%
ZŁA							
(000s)	7 167	1 049	638	577	1 397	1 636	1 871
%V	19,5%	18,8%	10,8%	15,5%	19,0%	21,6%	28,7%
%H (Ogół IND)		14,6%	8,9%	8,1%	19,5%	22,8%	26,1%
odmowa							
(000s)	1 467	185	127	25	595	413	121
%V	4,0%	3,3%	2,2%	0,7%	8,1%	5,5%	1,9%
%H (Ogół IND)		12,6%	8,7%	1,7%	40,6%	28,2%	8,2%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 254: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 30 dni)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 077	27 574	28 177
%H (Ogół IND)		90,2%	75,2%	76,8%
DOBRA				
(000s)	7 907	7 052	6 584	7 132
%V	21,6%	21,3%	23,9%	25,3%
%H (Ogół IND)		89,2%	83,3%	90,2%
ŚREDNIA				
(000s)	20 140	18 171	14 757	15 632
%V	54,9%	54,9%	53,5%	55,5%
%H (Ogół IND)		90,2%	73,3%	77,6%
ZŁA				
(000s)	7 167	6 562	5 088	4 204
%V	19,5%	19,8%	18,5%	14,9%
%H (Ogół IND)		91,6%	71,0%	58,7%
odmowa				
(000s)	1 467	1 292	1 145	1 209
%V	4,0%	3,9%	4,2%	4,3%
%H (Ogół IND)		88,1%	78,1%	82,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 255: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 3 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	33 790	29 502	28 498
%H (Ogół IND)		92,1%	80,4%	77,7%
DOBRA				
(000s)	7 907	7 203	6 887	7 168
%V	21,6%	21,3%	23,4%	25,2%
%H (Ogół IND)		91,1%	87,1%	90,7%
ŚREDNIA				
(000s)	20 140	18 603	15 987	15 873
%V	54,9%	55,1%	54,2%	55,7%
%H (Ogół IND)		92,4%	79,4%	78,8%
ZŁA				
(000s)	7 167	6 686	5 426	4 247
%V	19,5%	19,8%	18,4%	14,9%
%H (Ogół IND)		93,3%	75,7%	59,3%
odmowa				
(000s)	1 467	1 298	1 202	1 209
%V	4,0%	3,8%	4,1%	4,2%
%H (Ogół IND)		88,5%	81,9%	82,4%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

BADANIE ZAŁOŻYCIELSKIE – KLUCZOWE WSKAŹNIKI

Zestawienie za okres: lipiec 2021 – marzec 2022

Strona Tabeli 1/1

Tabela 256: Własna ocena sytuacji materialnej

Dane na poziomie indywidualnym (IND)

		Korzystanie z usług mediowych (ost. 12 mies.)		
		Ogół IND	Telewizja tradycyjna	Radio Internet
Ogół IND				
(000s)	36 682	34 481	31 042	28 706
%H (Ogół IND)		94,0%	84,6%	78,3%
DOBRA				
(000s)	7 907	7 320	7 105	7 184
%V	21,6%	21,2%	22,9%	25,0%
%H (Ogół IND)		92,6%	89,9%	90,9%
ŚREDNIA				
(000s)	20 140	19 035	16 933	16 016
%V	54,9%	55,2%	54,6%	55,8%
%H (Ogół IND)		94,5%	84,1%	79,5%
ZŁA				
(000s)	7 167	6 803	5 786	4 289
%V	19,5%	19,7%	18,6%	14,9%
%H (Ogół IND)		94,9%	80,7%	59,8%
odmowa				
(000s)	1 467	1 324	1 218	1 218
%V	4,0%	3,8%	3,9%	4,2%
%H (Ogół IND)		90,2%	83,0%	83,0%

Podstawa: Cała próba – Osoby indywidualne

% V = procentowanie pionowe (vertical) Ogół w pionie

%H (Ogół IND) = procentowanie poziome (horizontal) – Ogół IND

Szacowane przedziały ufności dla wybranych wskaźników

Przedział ufności to miara pozwalająca określić z założonym z góry prawdopodobieństwem (przyjęto 95%) przedział, w którym mieści się rzeczywista wartość wskaźnika w badanej populacji (w poniższej tabeli: populacja osób w wieku 4 lat i więcej).

Przykład:

Szacowany odsetek osób w wieku 4 lat i więcej, oglądających telewizję „tradycyjną” (na telewizorze, zgodnie z programem) wynosi 94,0%. Prawdziwa wartość parametru z prawdopodobieństwem 94,1% znajduje się w przedziale od 93,3% do 94,7%.

Prezentowany przedział ufności uwzględnia jedynie schemat losowania (zespoły i warstwy) oraz wagi.

wskaźnik	definicja wskaźnika (penetracja)	odsetek oszacowany	przedział ufności na poziomie 95%	
liczba osób w wieku 4+, oglądających TELEWIZJĘ „tradycyjną” (na telewizorze, zgodnie z programem)	odsetek osób w wieku 4 lat i więcej, oglądających telewizję „tradycyjną” (na telewizorze, zgodnie z programem) w ciągu ostatnich 12 miesięcy	94,0%	93,3%	94,7%
liczba osób w wieku 4+, słuchających RADIA	odsetek osób w wieku 4 lat i więcej, słuchających RADIA na jakimkolwiek urządzeniu, w domu lub poza domem w ciągu ostatnich 12 miesięcy	84,6%	83,3%	85,9%
liczba osób w wieku 4+, korzystających z INTERNETU	odsetek osób w wieku 4 lat i więcej, korzystających z INTERNETU w ciągu ostatnich 12 m w jakimkolwiek celu i miejscu, przy użyciu jakiegokolwiek urządzenia i rodzaju dostępu	78,3%	77,2%	79,3%
liczba osób w wieku 4+, korzystających ze SMARTFONA	odsetek osób w wieku 4 lat i więcej, korzystających ze SMARTFONA w ciągu ostatnich 12 m (telefon prywatny lub służbowy)	75,2%	74,2%	76,2%
liczba osób w wieku 4+, korzystających z LAPTOPA	odsetek osób w wieku 4 lat i więcej, korzystających z LAPTOPA w ciągu ostatnich 12 m (laptop prywatny lub służbowy)	57,1%	55,5%	58,6%



Krajowy
Instytut
Mediów

KRAJOWY INSTYTUT MEDIÓW

ul. Wiktorska 63,
02-587 Warszawa
e-mail: biuro@kim.gov.pl

www.kim.gov.pl