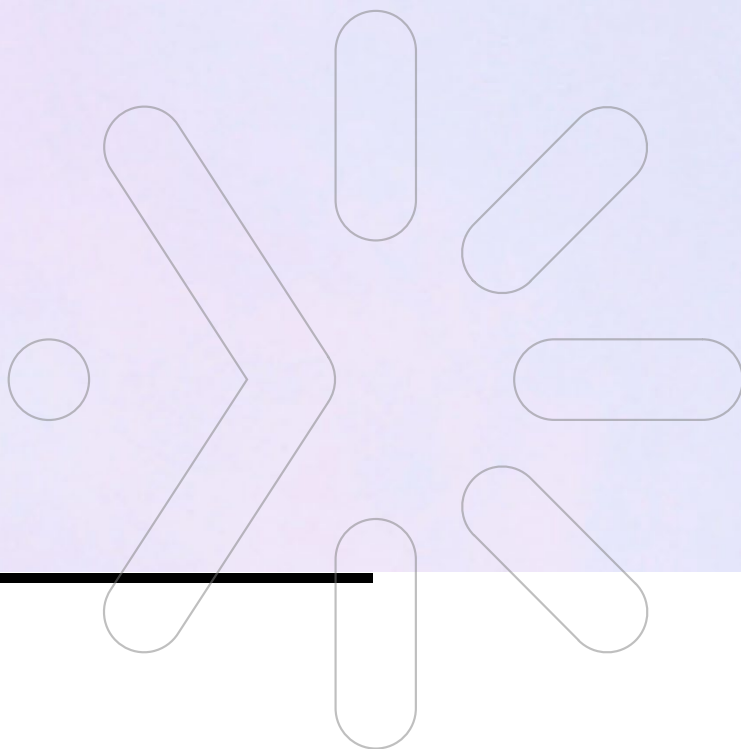




Krajowy
Instytut
Mediów



Usługi medialne i infrastruktura do ich odbioru, w 1 połowie 2023 roku.

**Mieszkańcy Polski
w wieku 4 lata i więcej**

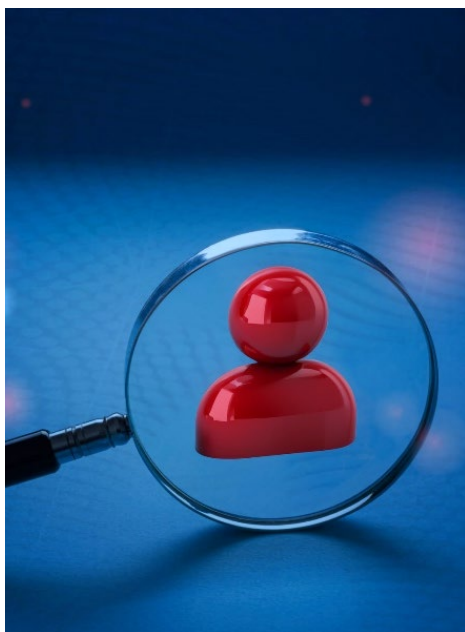
Wyniki połówkowe
Badania Założycielskiego KIM



Warszawa, 29 września 2023



Wstęp



Podstawowym zadaniem **Krajowego Instytutu Mediów** jest realizacja ilościowego Badania Założycielskiego – jednoźródłowo opisującego użytkowników usług medialnych – realizowanego cyklicznie, na dużej próbie losowej, zgodnie najwyższymi standardami metodologicznymi, spełniającymi wymogi wysoce precyzyjnych badań populacyjnych i przesiewowych.

Badanie Założycielskie realizuje cele wpisane w działalność Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, w tym wyznaczanie standardów badań i diagnoza wpływu regulacji na rynek odbiorców telewizji, radia i internetu.

Badanie jest realizowane w trybie ciągłym, na próbie rozłożonej na 12 miesięcy, a dane za cały rok 2023 będą publikowane po zebraniu danych grudniowych. Niniejszy raport podsumowuje wyniki uzyskane **w 1 połowie 2023**.

Pomiar realizowany od stycznia do czerwca 2023 roku, objął ogólnopolską **losową próbę 15 301 osób w wieku 4 lata i więcej**, reprezentującą populację mieszkańców Polski.

W celu zachowania struktury oraz uogólniania danych uzyskanych na podstawie próby na badaną populację zastosowano **zintegrowany system wag**, konstruowanych w oparciu o dane dostępne w rejestrach GUS (prognoza GUS na 2022, NSP 2021, BDL GUS).



Metodologia.

Jak realizujemy Badanie Założycielskie?

Badanie jest unikatowym studium wykonalności badań bezpośrednich (realizowanych w domu respondenta), na próbach losowych, adresowych, o dużym rozproszeniu terytorialnym losowanych adresów (do poziomu rejonu statystycznego), obejmujących mieszkańców Polski, w ujęciu gospodarstw domowych, jak i osób indywidualnych.

Badanie jest realizowane corocznie, **na losowej próbie** obejmującej **n=15 000 gospodarstw domowych** oraz **n=30 000 osób w wieku 4 lata i więcej**.

Próba została wylosowana przy zastosowaniu schematu losowania warstwowego – dwustopniowego. W pierwszym etapie jednostkami losowania były rejon statystyczne, a w drugim – mieszkania. W dalszym kroku wyłaniano gospodarstwa domowe. Dobór osób do badania odbywał się na podstawie spisu w gospodarstwie domowym, a liczba wymaganych wywiadów była określona w zależności od wielkości gospodarstwa domowego¹.



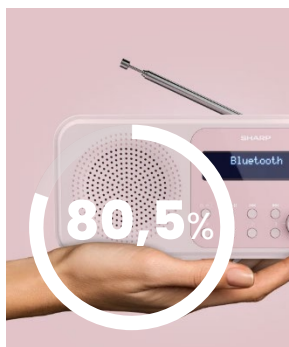
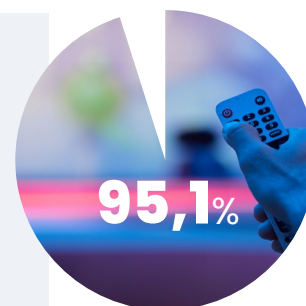
¹ Szczegółowy opis metodologii, losowania próby, estymacji wyników i realizacji Badania Założycielskiego zamieszczono w Podręczniku Badania Założycielskiego, dostępnym na stronie KIM.

Podsumowanie 1 połowy 2023 roku



Urządzenia do odbioru usług medialnych

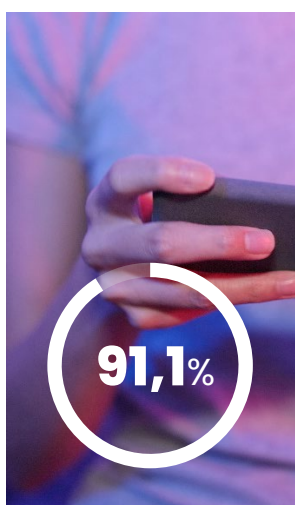
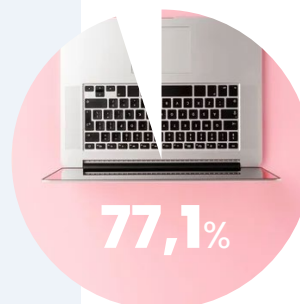
95,1% osób w wieku 4 lata i więcej posiada w domu sprawny **telewizor**, a 57,8% osób posiada dostęp do **funkcji Smart tv**, przy czym 43,6% osób posiada funkcjonalność Smart tv faktycznie **podłączoną do internetu**, pozwalającą na korzystanie z usług interaktywnych i „na życzenie”.



Wskaźnik dostępu do **odbiornika radiowego** w gosp. domowym sięga 80,5% osób w wieku 4+ (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych). Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe (66,1% osób), a radio przenośne (niewbudowane) jest obecne w domach 34% osób w wieku 4+.

Dostęp do **sprzętu komputerowego w domu** posiada 77,1% osób w wieku 4+. Najczęściej są to laptopy, dostępne dla 69,2% osób. Możliwość korzystania z tabletów posiada 21,2% osób w wieku 4+.

Wyposażenie w sprzęt komputerowy w domu jest istotnie wyższe wśród dzieci 4-15 lat (92,2%), a także wśród młodych dorosłych, czyli osób w wieku 16-29 lat (87,9%).



Telefonu komórkowego używa 91,1% osób w wieku 4+. Odsetek ten jest istotnie wyższy w grupach wiekowych 16-29 lat i 30-49 lat (odpowiednio 97,5% i 98,3%).

Wśród dzieci w wieku 4-6 lat odsetek korzystających z „komórki” wynosi 22,3%, a w grupie 7-15 lat sięga 76,8%.



Dostęp do internetu

90% osób w wieku 4 lata i więcej posiada dostęp do internetu w domu (włączając korzystanie z transmisji danych na „komórkę” jako jedyne źródło internetu). Korzystanie z internetu rośnie wraz z wielkością gospodarstwa i jest najwyższe wśród osób z gospodarstw domowych liczących minimum 4 osoby (98%).



Infrastruktura do odbioru telewizji

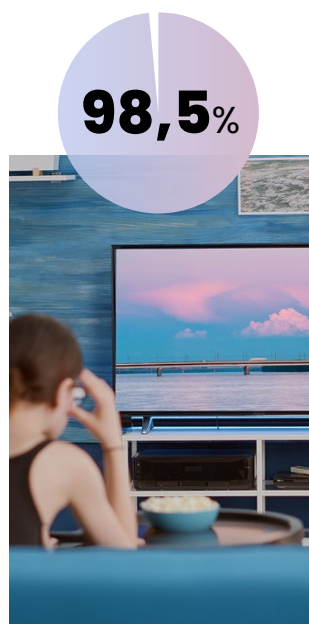
95% osób w wieku 4+ posiada w domu sprawny **telewizor** przystosowany do **natychmiastowego odbioru sygnału** telewizji linearnej (telewizor podłączony do źródła sygnału tv, do internetu lub z wbudowaną anteną).

Wskaźnik wyposażenia w telewizor jest niższy wśród osób w przedziale wiekowym 16–29 lat (92,2%), a także wśród osób z wykształceniem wyższym (89,6%) oraz wśród osób zamieszkujących w miastach pow. 500 tys. (88,9%).



Grupując źródła sygnału w kategorii – w ujęciu rozłącznym² – **34,6%** osób, posiadających telewizor, ma dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, **38,4%** osób – do szeroko definiowanego „kabla”³, **27%** wyłącznie do naziemnej telewizji cyfrowej (eter). Łącznie 73% osób posiada dostęp do telewizji nie-eterowej (satelita lub kabel/iptv).

Szeroki potencjał do odbioru telewizji (wszystkie ekrany)



Rozwój technologii powoduje, iż obecnie 98,5% osób w wieku 4+ posiada możliwość odbioru telewizji w domu (niezależnie od wykorzystywanego ekranu), **posiadając co najmniej jedną z opcji**: odbiór na telewizorze lub przez internet (na jakimkolwiek urządzeniu).

Większość osób – bo aż 95% – stanowią osoby z gospodarstw „telewizyjnych”. Jednocześnie rośnie potencjał **odbioru telewizji przez internet**. Z takiej opcji może już z powodzeniem korzystać **70,3%** osób, posiadając domowe łącze stałe lub mobilne (z pominięciem transferu danych na telefonie jako jedyne źródło internetu w domu).

² Podział rozłączny klasyfikuje osoby z gospodarstw domowych do jednej grupy na zasadzie nadrzędności, w której zastosowano kryterium nadrzędności satelity nad kablem (jeśli obydwa obecne), oraz kabla, jeśli wskazano kabel i eter.

³ Szeroko definiowany kabel wlicza łącza analogowe, cyfrowe, iptv, zbiorczą antenę satelitarną doprowadzaną jako kabel oraz odbiorniki podłączone tylko do internetu jako jedyne źródło sygnału tv (streaming).

Wzory konsumpcji usług medialnych i treści w internecie (deklarowany kontakt)

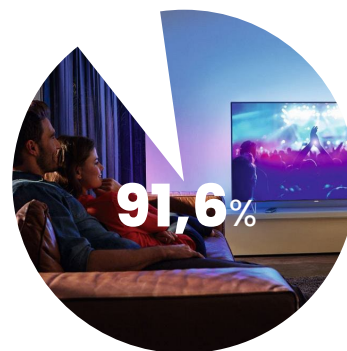
Telewizja

W perspektywie ostatnich 30 dni, oglądanie telewizji deklaruje 91,6% osób w wieku 4+ (niezależnie od regularności oraz urządzenia), a 89,9% osób wykorzystuje do tego **telewizor**.

Relatywnie rzadziej kontakt z telewizją (niezależnie od regularności oraz urządzenia) deklarują osoby z wykształceniem wyższym (84,9%), a także osoby w wieku 16–29 lat (85,7%) oraz mieszkańcy miast, szczególnie z miast pow. 500 tys. (85,3%).

W perspektywie 30 dni, korzystanie z **telewizji linearnej przez internet** (niezależnie od urządzenia i typu usługi np. IPTV, VOD, GO, www) deklaruje 10,2% osób w wieku 4 lata i więcej (w perspektywie ostatnich 12 miesięcy jest to 18,2%).

W grupie osób w wieku 16–29 lat, odsetek oglądających telewizję przez internet w ciągu ostatnich 30 dni jest relatywnie najwyższy i wynosi 14,2% (w perspektywie 12 mies. – 25,9%).



VOD/ streaming / płatne VOD



Niezależnie od regularności, korzystanie z **VOD/ streaming**⁴ w ciągu ostatnich 12 miesięcy zadeklarowało 73,7% osób w wieku 4+, w tym 71,9% korzystało z YouTube, a 47,1% z innych serwisów VOD (płatnych i bezpłatnych).

W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z VOD wyniósł 61,8%, przy czym 57,5% osób zadeklarowało korzystanie z YouTube, a 34,3% – z płatnych serwisów VOD.

Korzystanie z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób w wieku 65 lat i więcej, kontakt z VOD w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 22,7% osób, a w grupie 75+ – jedynie 13%. W grupie 16–29 oraz 20–29 lat ten sam wskaźnik wynosi 83,8%.

⁴ Kategoria obejmuje serwisy VOD płatne lub bezpłatne, bez/ lub ze streamingiem kanałów live. Nie wliczamy mediów społecznościowych z wyjątkiem platformy YouTube jako usługi hybrydowej (VOD i streaming).

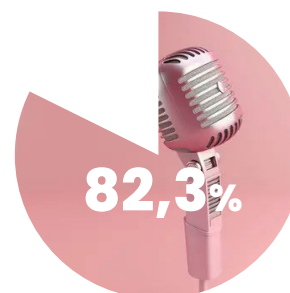
W ujęciu ostatnich 3 miesięcy, z płatnych serwisów VOD (do których oglądania potrzebna jest subskrypcja, login i hasło) korzysta 36,5% osób w wieku 4+. W grupie 16-29 lat wskaźnik korzystania z serwisów SVOD sięga 55,5%.

Korzystanie ze streamingu live kanałów telewizji linearnej – na stronach internetowych lub w aplikacjach internetowych – deklaruje 6,6% osób w wieku 4 lata i więcej (choć raz w ciągu ostatnich 3 miesięcy). W grupie wiekowej 16-29 lat wskaźnik ten sięga 11,5% (nie wliczając retransmisji w mediach społecznościowych).



Radio

Odsetek osób w wieku 4+, deklarujących słuchanie radia w ciągu ostatnich 12 miesięcy, wynosi 82,3% (niezależnie jak, i gdzie). W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik ten wynosi 71,7% i jest wyższy wśród osób z wykształceniem wyższym (80%) oraz wśród osób pracujących (78,7%).



Inne źródła audio

Wśród osób w wieku 4+ odsetek korzystających (w ciągu ostatnich 12 miesięcy) z innych niż radio źródeł **treści audio** wynosi 61,7%. Z platform streamingowych korzysta 57,4%, a z podcastów (niezależnie na jakich platformach) – 27,4% osób. Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (24%) oraz audiobooki (15,9%).

W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik korzystania z treści audio wynosi 44,4%, przy czym 41,1% osób 4+ korzysta z platform streamingowych, a 14,6% z podcastów (niezależnie na jakich platformach).

Treści w internecie



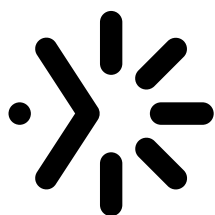
Wśród ogółu osób w wieku 4 lata i więcej, 82,6% korzysta z internetu (w ujęciu 12 miesięcy).

W ujęciu ostatnich 30 dni, korzystanie z internetu deklaruje 81,7% ogółu osób w wieku 4+, przy czym w grupie wiekowej 16–29 lat korzystanie z internetu **sięga 98%**, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – **42,9%**.

Wśród korzystających z internetu, najczęściej wykorzystywany do tego celu jest smartfon (91,8%), w dalszej kolejności – komputer/laptop w domu (62,7%) oraz tablet – 12,4%. Z internetu na komputerze poza domem korzysta 25,8 osób (sprzęt w pracy/ w szkole/ u kogoś innego), a 33% osób korzysta z internetu przez TV Smart.

W ujęciu ostatnich 12 miesięcy, do najczęściej deklarowanych aktywności online należy kontakt z treściami VOD/ streaming (88,9% wśród korzystających z internetu), korzystanie z portali informacyjnych (82,4%), wykorzystywanie komunikatorów internetowych (80%) oraz media społecznościowe (79,7%). Nieco rzadziej wskazywana jest muzyka na platformach online (57,7%) oraz prasa online (35,2%).





Krajowy
Instytut
Mediów



KRAJOWY INSTYTUT MEDIÓW

ul. Wiktorska 63,
02-587 Warszawa

KONTAKT

E-mail: biuro@kim.gov.pl

Telefon: 22 118 98 44
(w godz. 9.00–17.00)

Wszelkie prawa zastrzeżone dla Krajowego Instytutu Mediów.
Jakiegolwiek dalsze przetwarzanie, rozpowszechnianie, modyfikowanie,
korzystanie z treści i informacji przedstawionych przez Krajowy Instytut
Mediów oraz Krajową Radę Radiofonii i Telewizji – w całości lub w
postaci opracowanej części, z bazy danych oraz utworów powstałych
w ramach badania – wymaga uzyskania stosownej licencji od
Krajowego Instytutu Mediów.