



Krajowy
Instytut
Mediów

Urządzenia końcowe w gospodarstwach domowych

Wyniki badania populacji Polski
w roku 2023

Konferencja ZTK
25 września 2024



Krajowy Instytut Mediów

➤ Rola Krajowego Instytutu Mediów

Dostawcy danych komercyjnych (wydawcy, nadawcy, firmy badawcze)



Ustawa o radiofonii i telewizji

- art. 6. 2. Do zadań Krajowej Rady należy m.in. :
organizowanie badań treści i odbioru usług medialnych oraz platform wideo

Interesariusze
(rynek)

KRRiT
(regulator)



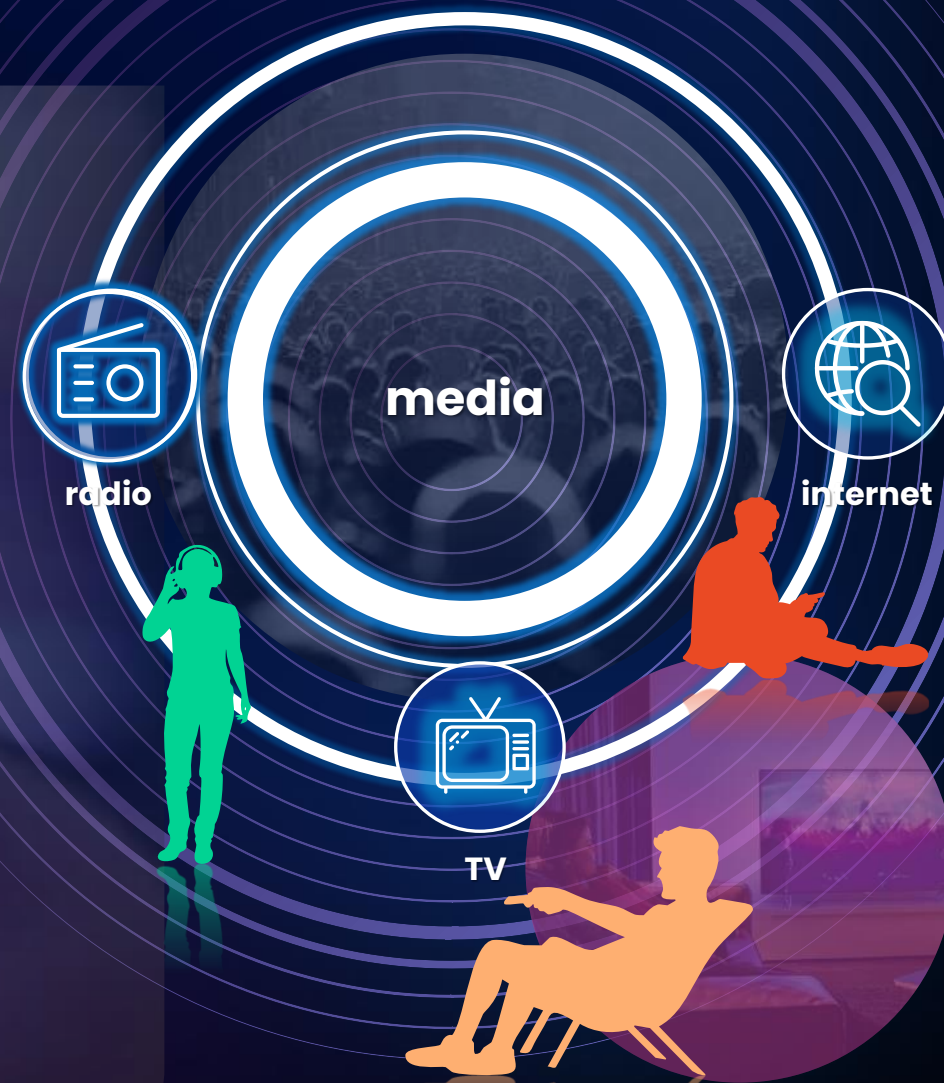
- Dane o konsumencie
- Rozwój standardów pomiaru mediów: Audio Track, Telewizje lokalne
- Dane referencyjne
- Użyteczność

➤ Co wiemy o konsumencie?

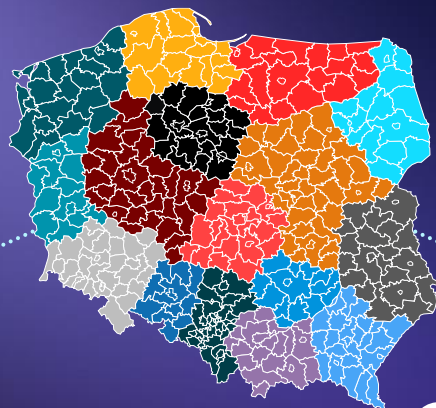
reprezentatywne badanie populacji

Kompas mediowy – Badanie Założycielskie:

- **Spis GD**, bezpośrednio, w domu
- **Jednoźródłowo** o telewizji, radiu, internecie
- **Precyzyjnie**, na dużej próbie adresowej
- **Cyklicznie**, realizowane cały rok
- Najlepsze **standardy badawcze**



Populacja Polski



14,7 mln
gosp. domowych
ekonomicznych*

36,4 mln
osób w wieku
4 lata i więcej*

*liczebność dla roku 2023,
z prognozy na lata 2016–2050,
wg NSP 2011, wg def. ekonomicznej.

*liczebność wg NSP 2021, uzupełniona
o bazę danych lokalnych oraz BAEL.
Stan na 30.12.2023.



Próba badawcza

15 000 gosp. domowych

32 700 osób 4+

Operat losowania

adresy mieszkań z TERYT GUS
losujemy rejony statystyczne

Telewizor i inne urządzenia



Krajowy
Instytut
Mediów

Telefony komórkowe popularniejsze od telewizorów

wyposażenie gospodarstw domowych w roku 2023

telefon komórkowy

97,3%

typu smartfon 84,6%
system iOS 8,5%
telefon stacjonarny 8%

telewizor

93,4%
gosp. domowych

radio (fale radiowe)

77%

laptopy, tablety, PC

68%
90%

wśród gosp. 4+

16,7 mln
telewizorów
w gosp. domowych



Posiada min. 1 urządzenie w gospodarstwie domowym
Badanie gospodarstw domowych w roku 2023, próba losowa n=15 015

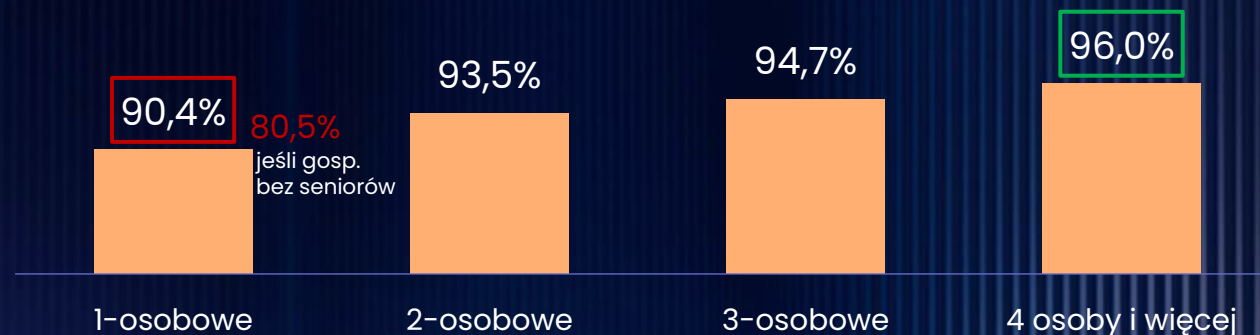
Nierównomierny dostęp do telewizora

wyposażenie gospodarstw domowych w roku 2023

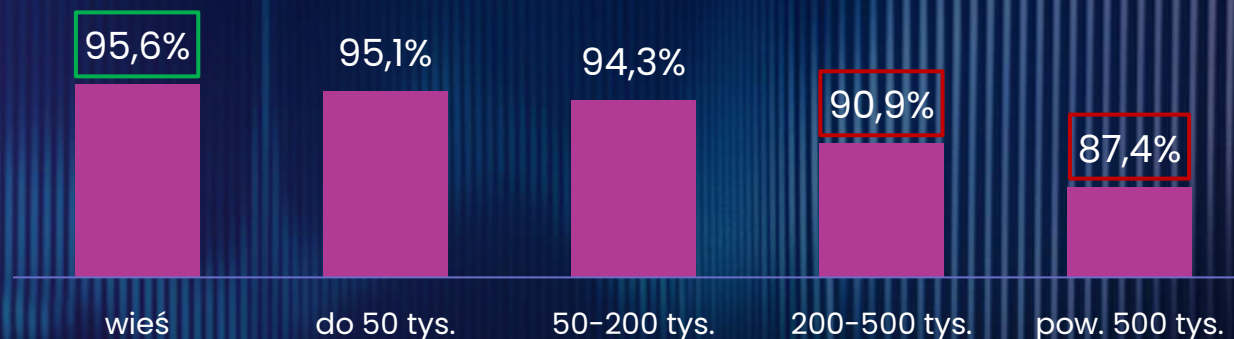
Co wpływa na posiadanie telewizora?



wielkość gosp. domowego



wielkość miejscowości





Parametry telewizora

zaawansowanie technologiczne gosp. domowych w roku 2023

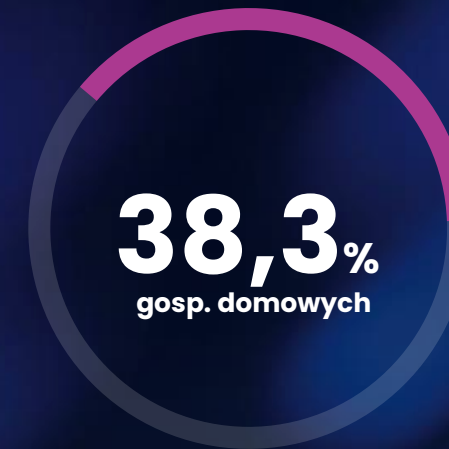
Jakie funkcjonalności
telewizora?



... z funkcją Smart tv



... podłączony do internetu



telewizor podłączony
do internetu i TV naziemnej (hbbtv)

7,4%
gosp. domowych




Parametry telewizora

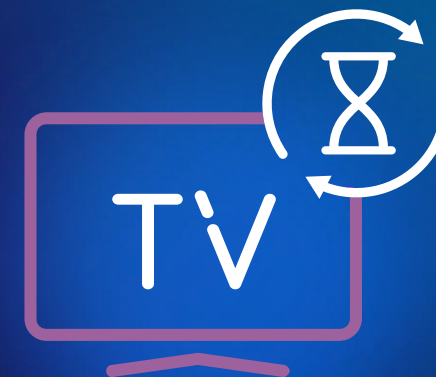
83%

gosp. posiada
1 odbiornik



Marka telewizora w gosp.

SAMSUNG	36,4%
 LG Life's Good	23,4%
PHILIPS	10,6%
SONY	12,0%
Panasonic	8,7%



Średni wiek telewizora

(na podstawie deklaracji
dotyczącej roku zakupu)

5,8 lat

do 1 roku **9,9%**

2-4 lata **39,7%**

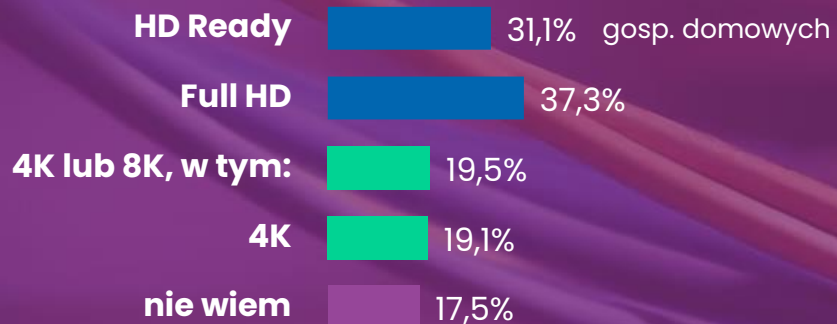


Parametry telewizora

Wielkość ekranu



Rozdzielczość ekranu



Cele wykorzystania TV*

92,2% osób 4+ ogląda telewizję



28,8% serwisy VOD

VOD

28,1% YouTube

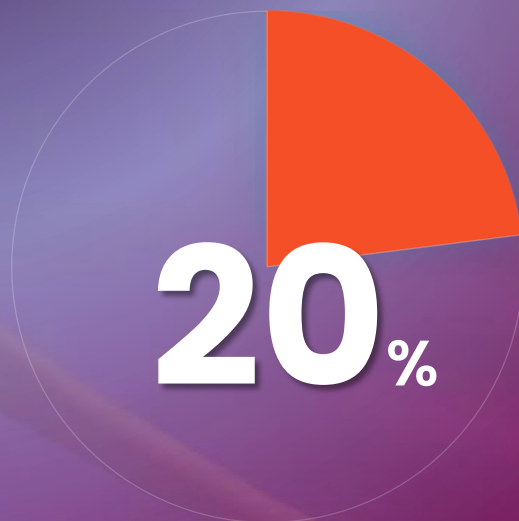


➤ Dekodery w gospodarstwie domowym

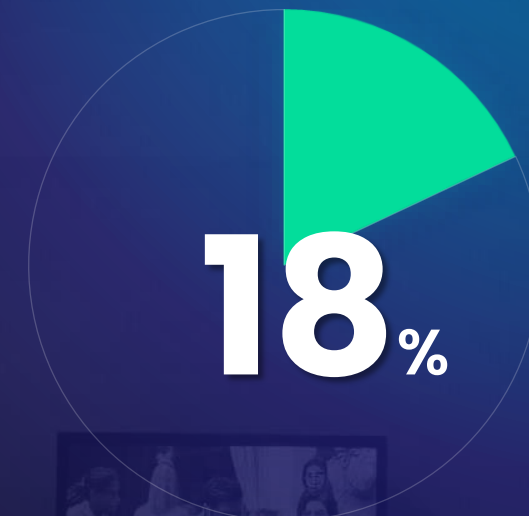
zaawansowanie technologiczne gosp. domowych w roku 2023



gosp. domowych posiada podłączony **dekoder** telewizyjny (satelitarny, kablowy, dvb-t2)



gosp. domowych podłącza dekodery do **internetu**



gosp. domowych posiada dekodery z jakością min. **4K**



Potencjał odbioru telewizji linearnej i usług nielinearnych



Krajowy
Instytut
Mediów

Ekran podłączony do sygnału tv lub internetu

potencjał do odbioru oferty linearnej lub nielinearnej



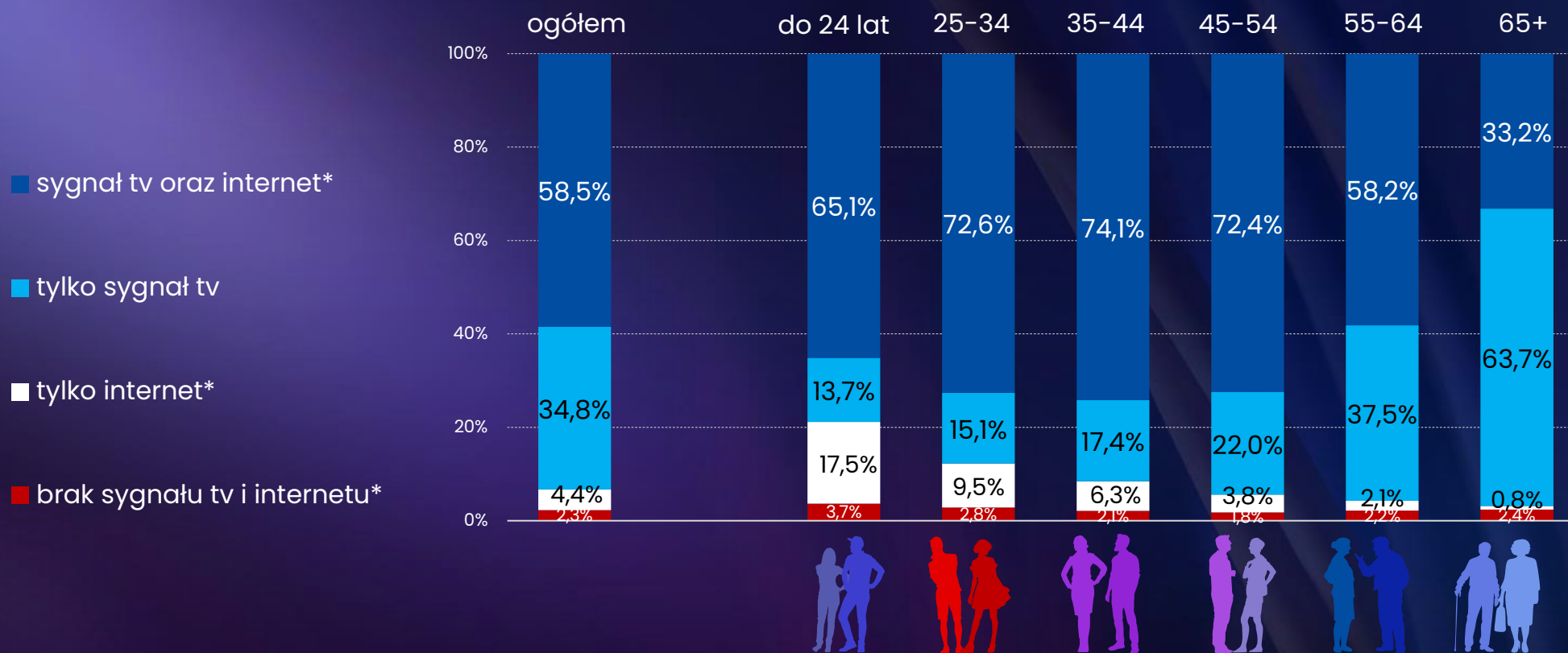
Posiada min. 1 urządzenie w gospodarstwie domowym
Badanie gospodarstw domowych, w roku 2023, próba losowa n=15 015

*domowe łącze stałe lub dedykowane mobilne, nie wliczamy jeśli w domu tylko transmisja danych przez tel. komórkowy

Typologia gospodarstw wg sposobu odbioru telewizji

potencjał do odbioru oferty linearnej lub nielinearnej

w podziale na wiek lidera technologicznego w gosp.



Posiada min. 1 usługę w gospodarstwie domowym
Badanie gospodarstw domowych, w roku 2023, próba losowa n=15 015

*domowe łącze stałe lub dedykowane mobilne, nie wliczamy jeśli w domu tylko transmisja danych przez tel. komórkowy

**Konsumpcja usług
– perspektywa
indywidualna:
telewizja, radio, internet**



Krajowy
Instytut
Mediów

Wzory konsumpcji wybranych usług medialnych

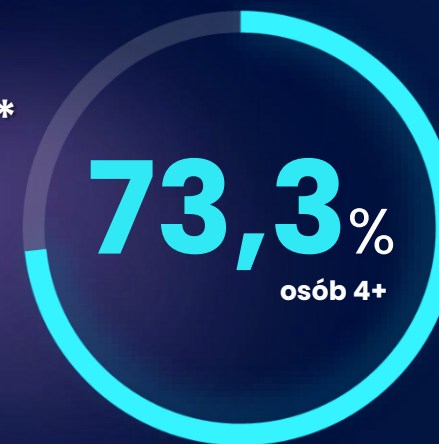
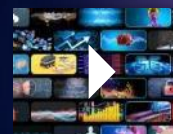
deklarowany kontakt, osoby w wieku 4 lata i więcej

telewizja
linearna
choć raz w ciągu 30 dni



32,7 mln
oglądających

treści VOD*
choć raz w ciągu roku



26,6 mln
oglądających

* wliczając wszystkie typy
serwisów video, platformę
YouTube, bez social media

na
telewizorze

88,1%

przez
internet

9,7%

wśród osób w wieku
16-29 lat

82,4%

serwisy
VOD

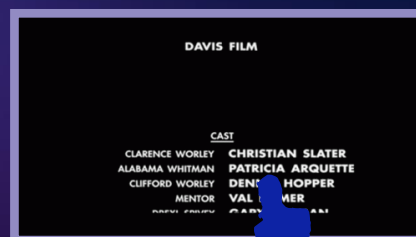
46,5%

platforma
YouTube

71,4%

wśród osób w wieku
16-29 lat

95,7%



istotnie częściej/rzadziej w porównaniu do ogółu
podstawa: dane za rok 2023, próba n=32 735 osób w wieku 4+

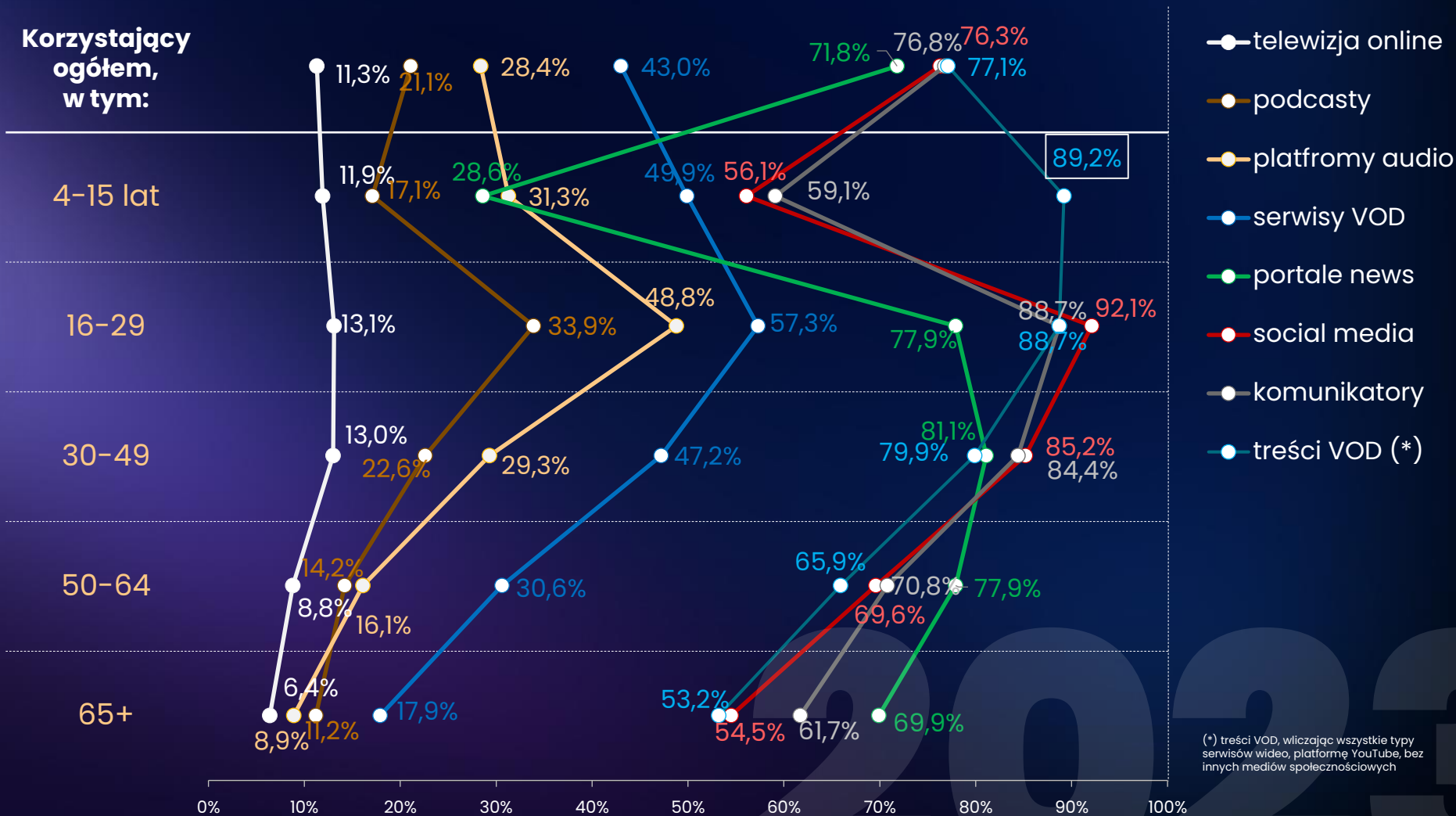
Wzory konsumpcji wybranych treści internetowych

deklarowany kontakt, osoby w wieku 4 lata i więcej



4-15 lat	83,8%
16-29	98,9%
30-49	97,3%
50-64	81,5%
65+	43,3%

Korzystający ogółem, w tym:



(*) treści VOD, wliczając wszystkie typy serwisów video, platformę YouTube, bez innych mediów społecznościowych



Dziękujemy za uwagę Zapraszamy do kontaktu

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