

Informacja prasowa

Warszawa, 27 kwietnia 2023 r.

Krajowy Instytut Mediów publikuje wyniki Badania Założycielskiego za rok 2022

„Projekt będzie kontynuowany i stanie się trwałym źródłem danych o zjawiskach na rynku mediowym, w oparciu o które będzie można podejmować strategiczne decyzje biznesowe”

Badanie Założycielskie KIM to pierwsze w Polsce badanie pokazujące **obiektywny opis konsumpcji mediów, czyli liczbę użytkowników telewizji, radia i Internetu** w rozumieniu wyposażenia w niezbędną infrastrukturę do ich odbioru jak i wzorców ich konsumpcji.

Realizując Badanie Założycielskie, KIM pełni rolę „mediowego GUSu”, dostarczając wyniki badania w zgodzie z najwyższymi standardami metodologicznymi i postulatami sformułowanymi przez branżę mediową w „Złotym Standardzie Pomiaru Mediów”. Przyjęta w badaniu metodologia, wspólna dla wielu mediów jest unikatowa na polskim rynku i została wypracowana przez zespół ekspertów KIM przy udziale specjalistów z GUS.

Przedstawione wyniki Badania Założycielskiego za okres od stycznia do grudnia 2022 r., obejmują dane dla populacji gospodarstw domowych i po raz pierwszy w Polsce osób w wieku 4+ opisując konsumpcję usług medialnych przez dzieci.

Badanie realizowane w trybie ciągłym, na w pełni losowej adresowej próbie gospodarstw domowych i osób je zamieszkujących objęło w roku 2022 próbę **20 143 gospodarstw domowych**, w których przeprowadzono łącznie **45 085 wywiadów** z osobami w wieku 4+. Z racji rozmiaru i charakteru próby, badanie jest w pełni reprezentatywne i pozwala z dużą dokładnością wnioskować o całej populacji gospodarstw i mieszkańców Polski w wieku 4+.

„Badanie Założycielskie Krajowego Instytutu Mediów jest pierwszym etapem wprowadzania w życie postulatów branży mediowej, przedstawionych w „Złotym standardzie pomiaru mediów”. To przedsięwzięcie skierowane do szerokiego grona interesariuszy rynkowych oraz realizujące zadania KRRiT, czyli m.in. dostarczania w pełni obiektywnych danych opisujących rynek mediowy w Polsce. Dlatego udział Państwa polskiego w tak poważnym przedsięwzięciu jest w pełni uzasadniony, gdyż trudno byłoby zrealizować porównywalne badanie, na tak dużej próbie, jakimkolwiek podmiotowi komercyjnemu” – komentuje Maciej Świrski, p.o. Dyrektora Krajowego Instytutu Mediów.

Dane o gospodarstwach domowych dotyczą wyposażenia w infrastrukturę do odbioru usług medialnych. Badanie w tym zakresie opisuje szczegółowo parametry posiadanych odbiorników telewizyjnych i radiowych, rodzaj sprzętu komputerowego, urządzenia mobilne oraz wykorzystywane sposoby i technologie odbioru usług.



Część raportu poświęcona indywidualnej konsumpcji mediów, oprócz opisu posiadania niezbędnej infrastruktury, koncentruje się na opisie wzorów zachowań związanych z korzystaniem z usług medialnych oraz na opisie profili odbiorców.

Uzyskane dane pozwalają opisać wielkość i strukturę populacji internautów, telewidzów i radiosłuchaczy.

Obiektywny opis rynku użytkowników mediów, dokonany zarówno w kontekście usług jak i technologii oraz sprzętu do ich odbioru, stanowi niezbędną podstawę dla rozwijanych w KIM pozostałych projektów badawczych z obszaru mediów, a w szczególności badań panelowych, mierzących konsumpcję mediów. Taki opis ma charakter poznawczy i użyteczny. Badanie Założycielskie KIM, realizowane na dużej próbie, zgodnie najwyższymi standardami metodologicznymi, spełnia wymogi badań populacyjnych, z dużą precyzją szacujących wyniki z próby na populację.

Z badania wynika, iż 94,7% gospodarstw domowych w Polsce posiada odbiornik telewizyjny.

Relatywnie rzadziej posiadanie telewizora deklarują gospodarstwa w dużych miastach, liczących powyżej 500 tys. mieszkańców (89,5%) a także gospodarstwa „młodsze”, w których wiek głowy gospodarstwa domowego wynosi 25-34 lata (88,8%).

Telewizor z funkcją Smart TV posiada 50,6% gospodarstw domowych w Polsce, a 35,8% wszystkich gospodarstw obecnie z niej korzysta, podłączając telewizor do Internetu.

94,6% gospodarstw domowych w Polsce można zakwalifikować jako gospodarstwa „telewizyjne”, czyli posiadające telewizor podłączony do źródła sygnału telewizyjnego. Jednak rozwój technologii powoduje, iż obecnie już 98,6% gospodarstw domowych dysponuje co najmniej jedną z dwóch możliwości oglądania telewizji: na telewizorze lub na urządzeniach mobilnych podłączonych do internetu.

Radio na wyposażeniu posiada 81,2% gospodarstw domowych w Polsce - 37,5% gospodarstw posiada jeden odbiornik radiowy, a 43,7% – co najmniej dwa (wliczając wszystkie typy odbiorników, w tym radia samochodowe, pomijając aplikacje radiowe). Odbiornik radiowy częściej posiadają gospodarstwa domowe liczące 4 osoby lub więcej (92%), oraz te, w których wiek głowy gospodarstwa mieści się w przedziale 35-54 lata (87,2%).

Posiadanie sprzętu komputerowego deklaruje 70,1% gospodarstw domowych w Polsce.

Najczęściej są to laptopy (62,7%), wyposażenie w tablety jest porównywalne z wyposażeniem w komputery stacjonarne (odpowiednio 17,1% i 17,2%). Wyposażenie w sprzęt komputerowy rośnie wraz z wielkością gospodarstwa domowego. W gospodarstwach 3-osobowych wskaźnik wyposażenia wynosi 87,1%, zaś w większych (4-osobowych i większych) - 93,1%. W gospodarstwach z dziećmi w wieku 7-15 lat poziom wyposażenia w taki rodzaj sprzętu sięga 95,6%.

„Sukces Badania Założycielskiego to ciężka praca świetnego zespołu specjalistów KIM, którzy posiadają wieloletnie doświadczenie, pozyskane po stronie komercyjnej i GUS, które wykorzystali do stworzenia i realizacji tego jedyne w Polsce w swojej skali i rygorystycznej metodologii badania. Zespół ten będzie organizował serię spotkań ze stronami zainteresowanymi wynikami badań. Planowane są także kolejne publikacje służące upowszechnianiu wiedzy płynącej z Badania Założycielskiego. **Projekt będzie oczywiście kontynuowany w kolejnych latach, a Badanie Założycielskie stanie się trwałym źródłem danych o zjawiskach na rynku mediowym, w oparciu o które będzie można podejmować strategiczne decyzje biznesowe**” – powiedział Maciej Świrski, p.o. Dyrektor Krajowego Instytutu Mediów.



Krajowy Instytut Mediów został powołany w grudniu 2020 r. przez Przewodniczącą Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

Podstawowym zadaniem Krajowego Instytutu Mediów jest prowadzenie Badania Założycielskiego.

Więcej informacji na temat Badania Założycielskiego, metodologii oraz najnowszych wyników można znaleźć na stronie internetowej KIM pod adresem: <https://kim.gov.pl/wyniki-badan/>.