

Krajowy
Instytut
Mediów

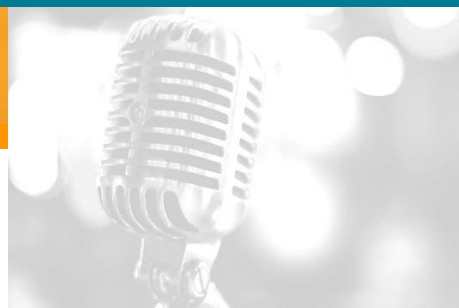


moc radio



Badanie Założycielskie najważniejsze informacje

dane: styczeń-czerwiec 2022



Badanie Założycielskie zakres

Badanie opisuje jednoźródłowo konsumpcję mediów elektronicznych, obejmując:

wielkość i struktura populacji konsumenta mediów, w tym: telewizja, internet, radio

wyposażenie, użytkowanie, dostępność urządzeń

wzory konsumpcji mediów, współkorzystanie, budżet czasu

profil i typologia konsumentów, kompetencje technologiczne

zakres badania na podstawie współpracy z interesariuszami i regulatorem

Cele

- Dostarczanie danych populacyjnych o wyposażeniu i konsumpcji mediów
- Zbieranie i dostarczenie, weryfikacja uniwersów do innych badań
- Zbieranie danych o charakterze poznawczym i uzupełniającym



Populacja i próba Badania Założycielskiego

Badanie Założycielskie uprawnia do wnioskowania o populacji:



14,644 mln

**gospodarstw
domowych**

(*) wg prognozy GUS

36,682 mln

**mieszkańców Polski
w wieku 4+ lat**

Próba losowa, ogólnopolska, adresowa (TERYT). Wywiad CAPI:

o gospodarstwie, wzbogacony spisem wszystkich osób i wywiadami z osobami (średnio 2,3 wywiadu w gospodarstwie.)

Realizacja próby w trybie ciągłym, w cyklach miesięcznych. Docelowo do końca roku próba 30 000 gospodarstw domowych.



Próba **styczeń-czerwiec 2022**

8 500 

**gospodarstw
domowych**

19 600 

**mieszkańców Polski
w wieku 4+ lat**



Wyposażenie – urządzenia do odbioru RADIA w gospodarstwie domowym

 gospodarstwa
odbiorniki radiowe



śr. 2

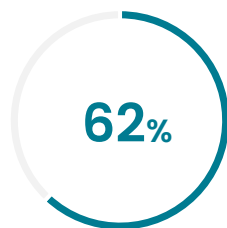
odbiorniki
radiowe per
gosp. domowe



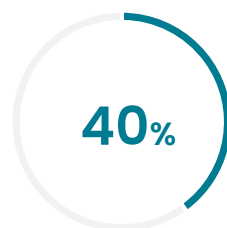
Radio posiadają częściej:

- gospodarstwa składające się z co najmniej 4 osób (92,5% gospodarstw w tej grupie posiada radio)
- gospodarstwa z dziećmi w wieku 4-15 lat (91,6%)
- gospodarstwa, w których lider gospodarstwa (decydent) jest wieku między 30 a 49 lat (87,7%)
- gospodarstwa wiejskie (86,5%; wśród gospodarstw miejskich: 78,8%)

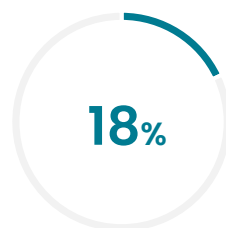
radio
w samochodzie



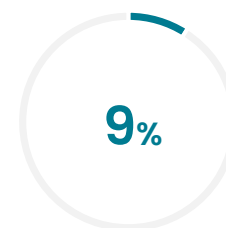
radio
przenośne



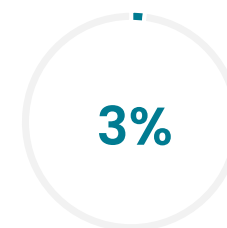
wieża HIFI
z radiem



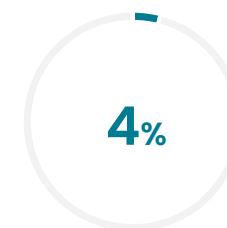
radio budzik



słuchawki
z wbudowanym
radiem



inne
stacjonarne/
wbudowane



Słuchanie **radia** w okresie ostatnich 12 miesięcy

- osoby 4+



to ponad
31,4 mln
osób 4+

słuchanie radia wliczając
radioodbiorniki samochodowe

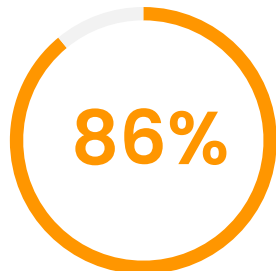
Słuchanie RADIA

osoby indywidualne 4+ w grupach wiekowych



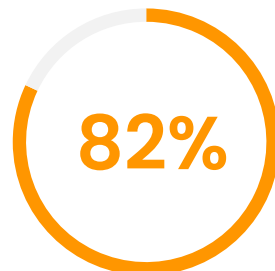
niezależnie
jak i gdzie

ostatnie
12 m-cy



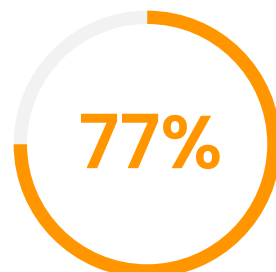
4-15 lat	16-29 lat	30-49 lat	50-64 lat	65 +
76%	86%	91%	88%	82%

ostatnie
3 m-ce



4-15 lat	16-29 lat	30-49 lat	50-64 lat	65 +
71%	80%	87%	84%	78%

ostatnie
30 dni



4-15 lat	16-29 lat	30-49 lat	50-64 lat	65 +
63%	73%	82%	80%	74%




Zapraszamy do zapoznania się z publikacjami na stronie KIM: <https://kim.gov.pl/wyniki-badan/>



23.09. 2022

Wyniki Badania Założycielskiego. Gospodarstwa domowe

● dane styczeń – czerwiec 2022



23.09. 2022

Wyniki Badania Założycielskiego. Osoby indywidualne

● dane styczeń – czerwiec 2022



moc radio



**Krajowy
Instytut
Mediów**