

**TELEMETRIA**  
POLSKA

# Metodyka badania pilotażowego

konsumpcji mediów elektronicznych w Polsce



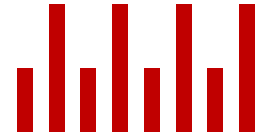
**SGH**

Szkoła Główna  
Handlowa  
w Warszawie

Tomasz Panek

Instytut Statystyki i Demografii Szkoły Główniej Handlowej

# Cel i zakres badania pilotażowego



## Zebranie danych o:

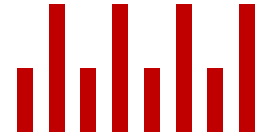


wyposażeniu gospodarstw domowych i ich członków w urządzenia do odbioru mediów elektronicznych



sposobach i częstotliwości korzystania z mediów elektronicznych w zależności od charakterystyk społeczno-demograficznych

# Cel i zakres badania pilotażowego



## Pozostałe:



rekrutacja gospodarstw domowych i ich członków do panelu telemetrycznego

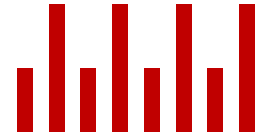


weryfikacja narzędzia badawczego



sprawdzenie aspektów organizacyjnych i technicznych badania

# Cel i zakres badania pilotażowego



## Eksperymenty:

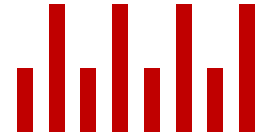


wynagradzanie **ankieterów** maksymalizujące odsetek zgód gospodarstw domowych na udział w badaniu ankietowym i telemetrycznym przy możliwie niskim koszcie



gratyfikacja **gospodarstw domowych** maksymalizująca odsetek ich zgód na udział w badaniu ankietowym i telemetrycznym przy możliwie niskim koszcie

# Badana populacja i jednostka badania

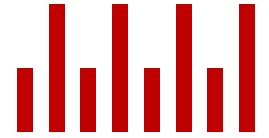


gospodarstwa domowe i ich członkowie > 4 lat



osoby w wieku 16 lat i więcej pobierające naukę poza miejscem zamieszkania

# Metoda doboru próby



metoda reprezentacyjna

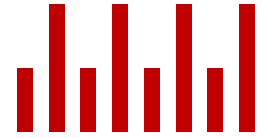


operat losowania na bazie  
Urzędowego Rejestru Podziału Terytorialnego Kraju



schemat losowania: warstwowe dwustopniowe

# Metoda doboru próby



próba podstawowa: 1000 gospodarstw domowych

próby rezerwowe:



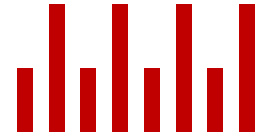
6 x 1000  
gospodarstw domowych



3 x 500  
gospodarstw domowych



# Metoda doboru próby



próba podstawowa: 1000 gospodarstw domowych

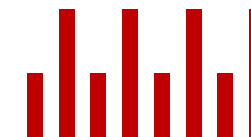
w trakcie badania uruchomiono po dwie próby rezerwowe:



2 x 1000



2 x 500



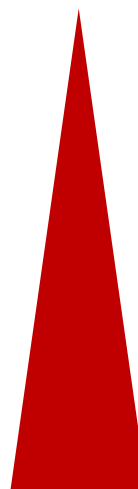
## CELE

- przywrócenie pierwotnej struktury próby
- skorygowanie rozkładów cech z próby

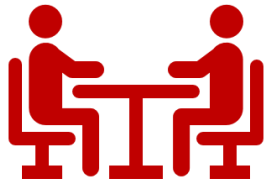
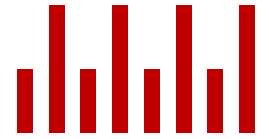


## CZYNNIKI

- prawdopodobieństwa wyboru do próby mieszkań i gospodarstw domowych
- poziom kompletności badania
- struktura demograficzna populacji gospodarstw domowych i osób w populacji generalnej



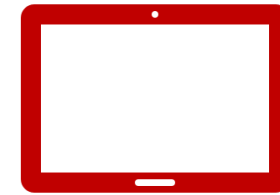
# Technika zbierania i przesyłania danych



Technika CAPI

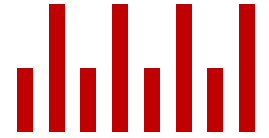


wywiady pośrednie

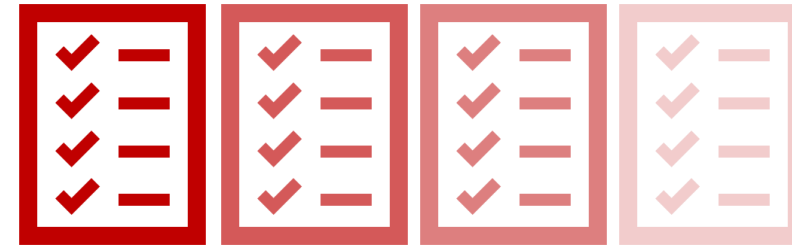


notebook z aplikacją CADAS





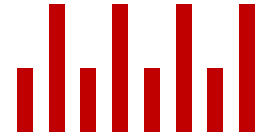
Zintegrowane kwestionariusze dla gospodarstw domowych, ich członków oraz instrukcje dla ankieterów



4 typy kwestionariuszy:

- gospodarstwa domowego i dla dzieci w wieku 4 – 7 lat
- dla dzieci w wieku 7-11 lat
- dla młodzieży w wieku 12-15 lat
- dla osób, które ukończyły 16 lat

# Ocena jakości badania pilotażowego



efektywność realizacji wywiadów oraz rekrutacji do panelu telemetrycznego

nastawienie respondentów do udziału w badaniu pilotażowym

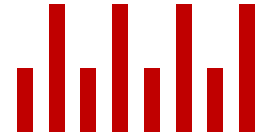
nastawienie respondentów do udziału w panelu telemetrycznym

zrozumienie treści pytań zawartych w kwestionariuszach przez respondentów oraz ocena przebiegu badania w opinii ankietowanych

przyczyny odmów udziału w badaniu ankietowym

przyczyny odmów udziału w badaniu telemetrycznym

# Ocena jakości badania pilotażowego

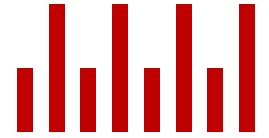


**Wartość wskaźnika kontaktu  $Ra$  wynosi 1 dla wszystkich województw co oznacza, że firma realizująca badanie skontaktowała się ze wszystkimi wylosowanymi adresami, pod którymi znajdowały się lokale mieszkalne.**

$$Ra = 1$$

Wykluczono tu z obliczeń adresy pod którymi znajdowały się lokale niemieszkalne np.: biura lub lokale usługowe. Należy tu jednak zwrócić uwagę, że do obliczania wskaźnika  $Ra$  wliczono mieszkania znajdujące się na osiedlach zamkniętych. Gdyby nie uwzględniono w obliczeniach mieszkań znajdujących się na osiedlach zamkniętych wskaźnik  $Ra$  miałby wartość poniżej 1.

# Ocena jakości badania pilotażowego



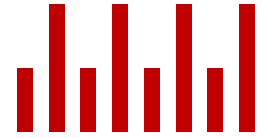
**Wartość wskaźnika odpowiedzi  $Rh$  w skali ogólnopolskiej jest wysoce niezadowolająca – wyniosła ona 0,26.**

Najniższa wartość (0,04) została zarejestrowana w województwie zachodniopomorskim a najwyższa w województwie małopolskim (0,42).

$$Rh = 0,26$$

Tak znaczące różnice mogą świadczyć o niskiej jakości i efektywności siatki ankieterskiej z której usług korzystała firma realizująca badanie. Interpretując niską wartość wskaźnika  $Rh$  należy jednak wziąć tu także pod uwagę wskazane już w raporcie okoliczności wynikające z realizowania badania na zlecenie KRRiT, powodujące obawy respondentów przed udziałem w badaniu. Wartości te w oczywisty sposób przekładają się na wartość wskaźnika braku odpowiedzi dla kwestionariusza gospodarstwa domowego ( $NRh$ )

# Podsumowanie realizacji badania



1005

przeprowadzonych wywiadów z gospodarstwami domowymi



1984

przeprowadzone wywiady indywidualne



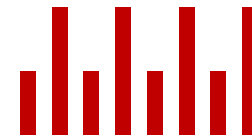
18

gospodarstw domowych zrekrutowanych do badania telemetrycznego



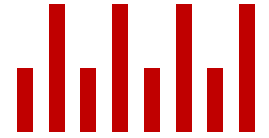
# Ocena jakości badania pilotażowego

## Przyczyny odmów udziału w panelu telemetrycznym



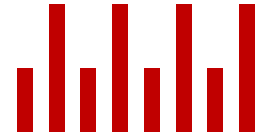
| <b>Powód odmowy</b>  | <b>Procent odpowiedzi</b> |
|--|---------------------------|
| Brak zaufania do urządzenia telemetrycznego i charakteru rejestrowanych przez nie danych | 47,7                      |
| Brak chęci obsługi urządzenia telemetrycznego  | 36,7                      |
| Brak czasu   | 4,5                       |
| Za niska gratyfikacja  | 2,9                       |
| Brak zgody na panel wszystkich wymaganych członków gospodarstwa domowego                 | 2,6                       |
| Brak zgody na udział dzieci w części telemetrycznej                                      | 2,0                       |
| Inne   | 2,6                       |
| Odmowa   | 1,1                       |
| <b>Ogółem</b>  | <b>100,0</b>              |

# Kontrola badania pilotażowego



- badanie pilotażowe konsumpcji mediów elektronicznych w Polsce zostało poddane dwustopniowej kontroli realizowanej przez dwa niezależne podmioty badawcze
- kontrola wewnętrzna została wykonana przez podmiot realizujący badanie pilotażowe tj. firmę PBS natomiast kontrola zewnętrzna została wykonana przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR
- zarówno w przypadku kontroli wewnętrznej jak i kontroli zewnętrznej została przeprowadzona kontrola nieterenowa i kontrola terenowa

# Kontrola wewnętrzna nieterenowa

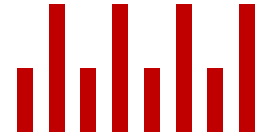


- organizacja procesu kontroli wewnętrznej opierała się na schemacie łączącym kontrolę nieterenową (telefoniczną) z kontrolą terenową (rewizyta w wyznaczonym gospodarstwie domowym)
- kontrola nieterenowa objęła 100 proc. materiału badawczego i polegała na merytorycznej analizie zebranych danych i dokumentacji pracy ankietera

## *Ogólne statystyki kontroli nieterenowej*

| <b>Statusy i wyniki kontroli</b>                               | <b>Liczba wywiadów</b> |
|--|------------------------|
| Liczba wywiadów efektywnych poddanych kontroli nieterenowej    | 1057                   |
| Brak zastrzeżeń  | 1023                   |
| Zastrzeżenia: wywiady poddane weryfikacji w kontroli terenowej | 34                     |

# Kontrola wewnętrzna terenowa



## kontrola wywiadów efektywnych

- kontroli telefonicznej poddano 16,5 proc. wywiadów (166 wywiadów) z ostatecznej puli wywiadów efektywnych, czyli takich, które udało się zrealizować w całości uzyskując kompletne odpowiedzi na pytania zawarte w kwestionariuszach badania pilotażowego

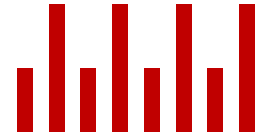
### *Ogólne statystyki wywiadów efektywnych*

#### **Statusy i błędy ankieterskie**

#### **Liczba wywiadów**

|  |             |
|--|-------------|
| <b>Pierwotna liczba efektywnych wywiadów</b> | <b>1057</b> |
| Liczba usuniętych wywiadów                   | 53          |
| <b>Finalna liczba efektywnych wywiadów</b>   | <b>1004</b> |
| <b>Liczba skontrolowanych wywiadów</b>       | <b>166</b>  |
| Brak błędu                                   | 153         |
| Błąd metody realizacji wywiadu               | 0           |
| Błąd kryterium doboru respondenta            | 0           |
| Nieprawidłowy zapis odpowiedzi respondenta   | 13          |

# Kontrola wewnętrzna terenowa



## kontrola wywiadów nieefektywnych

- kontroli bezpośrednio poddano 11,9 proc. (208 wywiadów)
- większość przypadków, zarówno jeśli chodzi o „odmowy” oraz „zamknięte drzwi”, znalazło swoje potwierdzenie
- dodatkowo u 9 ankierów zidentyfikowano wywiady, które zostały niepotwierdzone przez respondentów podczas kontroli terenowej – usunięto wszystkie wywiady przeprowadzone przez tych ankierów (53 wywiady)

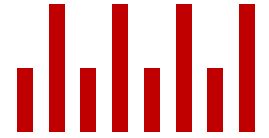
### *Ogólne statystyki wywiadów nieefektywnych*

#### **Statusy i wyniki kontroli**

#### **Liczba wywiadów**

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Liczba wywiadów ze statusem: zamknięte drzwi</b> | <b>1036</b> |
| <b>Liczba skontrolowanych wywiadów</b>              | <b>74</b>   |
| Kontrola: potwierdzona nieobecność                  | 62          |
| Kontrola: osoby, które zgodziły się na wywiad       | 0           |
| Kontrola: zamknięte drzwi – brak potwierdzenia      | 12          |
| <b>Liczba wywiadów ze statusem: odmowa udziału</b>  | <b>1713</b> |
| <b>Liczba skontrolowanych wywiadów</b>              | <b>134</b>  |
| Kontrola: potwierdzona odmowa                       | 101         |
| Kontrola: osoby, które zgodziły się na wywiad       | 0           |
| Kontrola: zamknięte drzwi – brak potwierdzenia      | 33          |

# Kontrola zewnętrzna



## fazy procesu kontroli zewnętrznej

→ kontrola wstępna – sprawdzenie spójności i kompletności otrzymanego zbioru danych

→ kontrola telefoniczna

→ zdecydowana większość wywiadów otrzymała status potwierdzonych

→ brak możliwości potwierdzenia wywiadu najczęściej wynikał z błędnego numeru telefonu lub wyczerpania założonej liczby kontaktów (respondent nie odbierał telefonu)

→ w rezultacie procedury kontroli telefonicznej stwierdzono, iż jedynie 5 wywiadów nie zostało zrealizowanych i wymaga arbitrażu

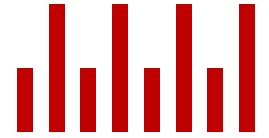
→ kontrola terenowa

→ zdecydowana większość wywiadów została potwierdzona

→ brak możliwości potwierdzenia wywiadu wynikał najczęściej z błędnych danych kontaktowych (błędny adres lub wskazana osoba nie zamieszkuje pod wskazanym adresem)

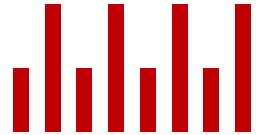
→ do procedury arbitrażowej zostały skierowane wywiady, w przypadku których ustalono, iż wywiad nie został zrealizowany (2 wywiady) lub w przypadku których respondent nie przyjmował ankietera lub był nieobecny w domu (19 wywiadów)

# Podsumowanie kontroli



- w wyniku arbitrażu usunięto **38** wywiadów z gospodarstwami domowymi
- ostatecznie w wyniku procedur kontrolnych oraz procedury arbitrażu do bazy danych gospodarstw domowych trafiło **1005** rekordów

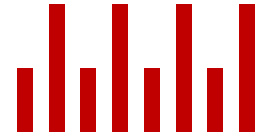
# Podsumowanie realizacji badania pilotażowego



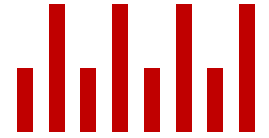
Trudności realizacyjne badania w odczuciu ankierów :

- ▶ Długości wywiadu. Wywiad jest zdecydowanie za długi, szczególnie dotyczy to sytuacji, gdy należy przeprowadzić wywiad z kilkoma członkami gospodarstwa domowego. Jest to główna uwaga płynąca z terenu,
- ▶ Zbyt szczegółowe bloki pytań w ankiecie gospodarstwa domowego. Respondenci zwracali uwagę na zbyt szczegółowy blok pytań w ankiecie gospodarstwa domowego zbierający informacje na temat wszystkich jego członków.
- ▶ Wysoki stopień skomplikowania formularzy zgód,
- ▶ Duże podobieństwo pytań. Pojawiały się sygnały, że część pytań jest do siebie podobnych i że badani mieli wrażenie, że już odpowiadali na dane pytanie,
- ▶ Szczegółowość pytań. Pytania, zwłaszcza w bloku telewizyjnym są bardzo szczegółowe,
- ▶ Brak znajomości urządzeń będących w posiadaniu gospodarstwa domowego. Część badanych nie wie, jakie funkcje ma ich telewizor, czy jest smart tv, itd.
- ▶ Niewiele osób korzysta z rzutnika.
- ▶ Część badanych negatywnie reagowała na pytania o model posiadanego telefonu komórkowego.
- ▶ Zbyt rozbudowane kafeterie odpowiedzi na pytania.



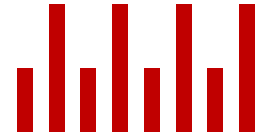


1. przetestowanie systemu wynagrodzeń ankietarów za przeprowadzenie wywiadu (metoda reprezentacyjna)
2. przetestowanie systemu wynagradzania ankietarów wyłącznie za skuteczną rekrutację do panelu telemetrycznego (metoda kuli śnieżnej)
3. przetestowanie systemu gratyfikacji dla uczestników panelu telemetrycznego (metoda reprezentacyjna)



1. przetestowanie systemu wynagrodzeń ankieterów za przeprowadzenie wywiadu (metoda reprezentacyjna)

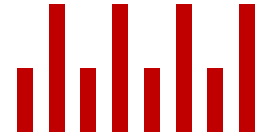
# Eksperyment 1



- bazowa stawka za wywiad była wypłacana, jeśli ankieter zrealizował założoną wartość *response rate* w próbie podstawowej
- w przypadku, gdy odsetek zgód na udział w badaniu dla danego ankietera różnił się od wartości założonej, stawka za pojedynczy wywiad była zwiększana lub zmniejszana o wartość proporcjonalną do różnicy w punktach procentowych pomiędzy zrealizowanym, a założonym *response rate*
- w badaniu zastosowano łącznie cztery różne systemy wynagradzania – obok systemu klasycznego, nieróżnicującego stawek, wprowadzono trzy systemy różniące stawki – im wyższa wartość współczynnika eksperymentu, tym w wyższym stopniu wynagrodzenie ankietera zależało od stopnia realizacji próby podstawowej
- ankieterzy wynagradzani według najefektywniejszego systemu różnicującego stawki osiągnęli wskaźnik zgód na udział w badaniu ankietowym o około 70 proc. wyższy, niż grupa kontrolna, wynagradzana w sposób klasyczny.

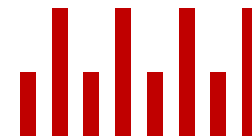
*Osiągnięte response rate z próby podstawowej według grup eksperymentalnych*

| Współczynnik eksperymentu | Osiągnięty response rate w próbie podstawowej | Osiągnięty response rate w próbie podstawowej bez ankieterów z zerową liczbą wywiadów |
|---------------------------|---|---|
| a                         | x100%   | x100%   |
| 0                         | 26.5%   | 31.6%   |
| 0.5                       | 25.6%   | 39.5%   |
| 1                         | 32.6%   | 41.8%   |
| 2                         | 25.9%   | 35.0%   |
| <b>Ogółem</b>             | <b>28.1%</b>                                  | <b>36.6%</b>  |

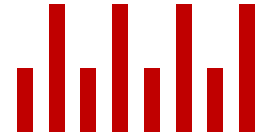


2. przetestowanie systemu gratyfikacji dla uczestników panelu telemetrycznego (**metoda reprezentacyjna**)

# Eksperyment 2

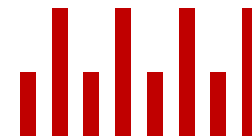


- dla gospodarstw domowych o niskich poziomach dochodów ta sama wysokość gratyfikacji stanowi subiektywnie wyższą wartość w porównaniu do gospodarstw o wyższych dochodach
- respondenci zostali podzieleni na **5 grup dochodowych**, którym zostały zaproponowane różne wysokości początkowego i maksymalnego wynagrodzenia (w sumie 3 propozycje) za udział w panelu telemetrycznym
- spośród 631 gospodarstw domowych poddanych eksperymentowi **jedynie 20 wyraziło zgodę** na udział w badaniu telemetrycznym (3,2 proc.), a urządzenia pomiarowe zostały zainstalowane u 12 gospodarstw domowych
- spośród 20 gospodarstw domowych, które zgodziły się wziąć udział w panelu telemetrycznym **tylko 2 gospodarstwa zmieniły początkowo negatywną odpowiedź** pod wpływem wzrostu proponowanego wynagrodzenia
- gospodarstwa domowe okazały się być **niewrażliwe** na proponowane zachęty materialne
- 18 gospodarstw zgodziło się na udział w panelu telemetrycznym przez 6 miesięcy już przy proponowanej **bazowej stawce wynoszącej 100 zł**



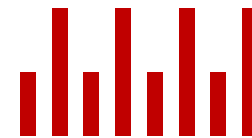
3. przetestowanie systemu wynagradzania ankietarów wyłącznie za skuteczną rekrutację do panelu telemetrycznego (**metoda kuli śnieżnej**)

# Eksperyment 3



- ankieter otrzymywał stawkę bazową za każde zrekrutowane do panelu gospodarstwo domowe (**instalacja jednego miernika stacjonarnego oraz minimum jednego miernika mobilnego, czyli zrekrutowanie przynajmniej jednej osoby w gospodarstwie domowym**), dodatek pieniężny za instalację każdego kolejnego miernika w gospodarstwie oraz dodatek za przeprowadzenie ankiet z gospodarstwem domowym i jego członkami zrekrutowanymi do panelu telemetrycznego
- rekrutacja gospodarstw domowych i ich członków do panelu telemetrycznego odbywała się metodą **kuli śniegowej** – osoba biorąca udział w badaniu proszona jest przez ankietera o wskazanie kolejnych osób, które ankieter mógłby następnie prosić o udział w prowadzonym badaniu tworząc stopniowo w ten sposób próbę
- wskaźnik zgód na udział w panelu telemetrycznym uzyskanych w trakcie eksperymentu wyniósł 44,3 proc. i jest prawie 30 krotnie wyższy niż analogiczny wskaźnik uzyskany w badaniu pilotażowym.

# Eksperyment 3

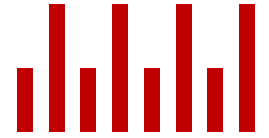


*Wyniki rekrutacji do panelu telemetrycznego w badaniu pilotażowym oraz w badaniu eksperymentalnym*

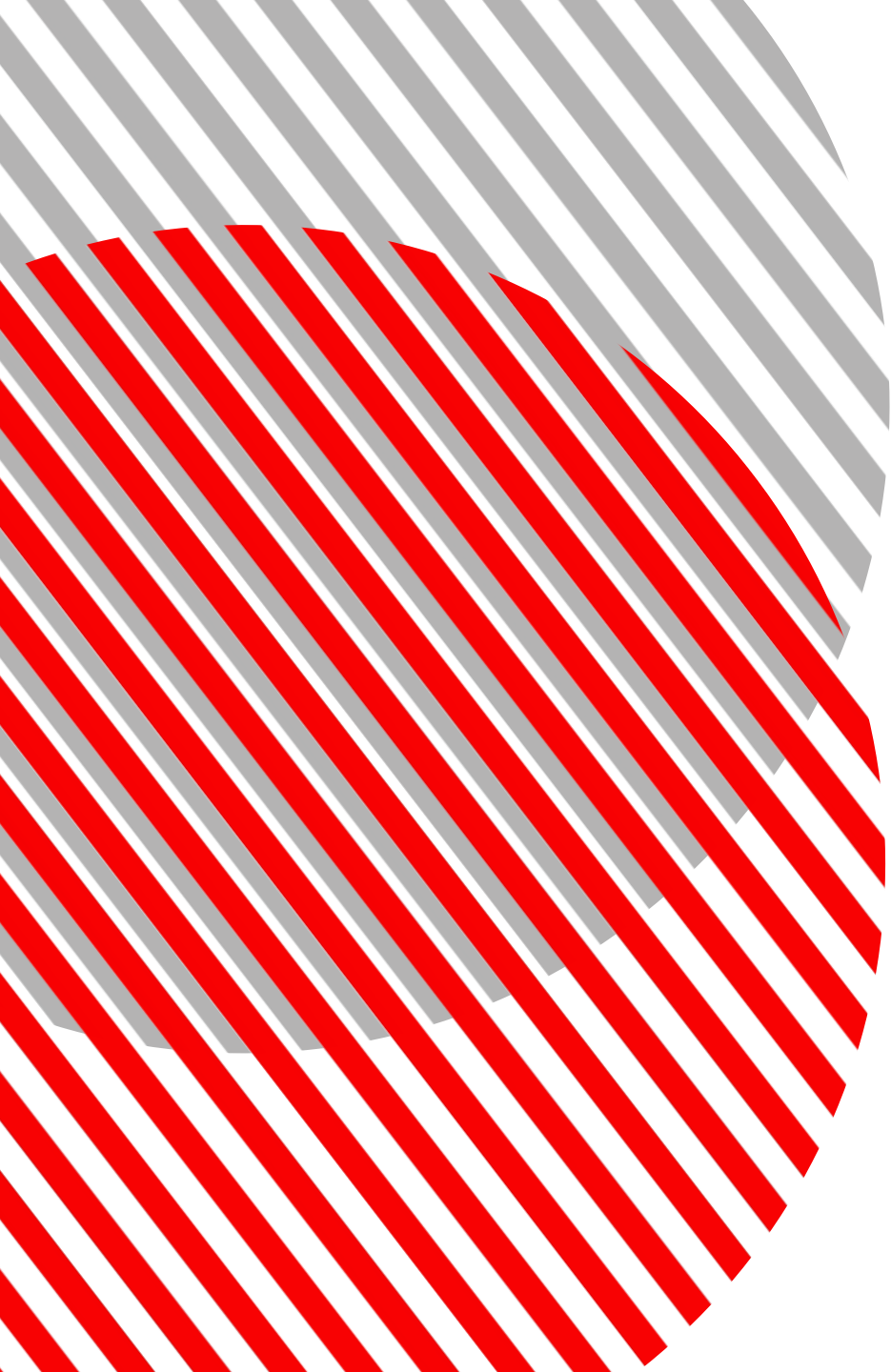
| Województwo         | Badanie pilotażowe                        |  | Badanie eksperymentalne  |              |
|---------------------|---|--|--|--------------|
|                     | liczba wywiadów z gospodarstwami domowymi | liczba gospodarstw domowych zrekrutowanych do panelu telemetrycznego | liczba gospodarstw domowych zrekrutowanych do panelu telemetrycznego | liczba odmów |
| Dolnośląskie        | 68  | 0  | 8  | 12           |
| Kujawsko-pomorskie  | 17  | 0  | 0  | 0            |
| Lubelskie           | 63  | 0  | 7  | 9            |
| Lubuskie            | 12  | 2  | 17   | 27           |
| Łódzkie             | 17  | 1  | 7  | 4            |
| Małopolskie         | 132                                       | 0  | 8  | 3            |
| Mazowieckie         | 185                                       | 0  | 18   | 29           |
| Opolskie            | 25  | 0  | 0  | 0            |
| Podkarpackie        | 54  | 4  | 7  | 10           |
| Podlaskie           | 18  | 0  | 26   | 31           |
| Pomorskie           | 57  | 1  | 3  | 3            |
| Śląskie             | 193                                       | 0  | 24   | 37           |
| Świętokrzyskie      | 50  | 1  | 20   | 16           |
| Warmińsko-mazurskie | 35  | 8  | 16   | 21           |
| Wielkopolskie       | 72  | 1  | 9  | 12           |
| Zachodniopomorskie  | 7   | 0  | 1  | 1            |
| <b>Ogółem</b>       | <b>1005</b>                               | <b>18</b>  | <b>171</b>   | <b>215</b>   |



## Wyjaśnienie do eksperymentu 3



- Koszt przeprowadzenia wywiadu z jednym gospodarstwem domowym był niższy w badaniu pilotażowym o 165zł, niż w eksperymencie.
- wyniki badania ankietowego uzyskane w ramach eksperymentu nie mogą być włączane do bazy danych pochodzących z badania pilotażowego, gdyż próba gospodarstw domowych badana w ramach eksperymentu nie ma charakteru losowego
- przy wykorzystaniu próby losowej, wskaźnik zgód gospodarstw domowych na udział w badaniu telemetrycznym, przy systemie gratyfikacji wyłącznie za udział w panelu telemetrycznym, będzie zdecydowanie wyższy niż w przypadku tworzenia próby techniką kuli śniegowej



**TELEMETRIA**  
POLSKA

# Przykładowe wyniki

z Pilotażu Badania Założycielskiego



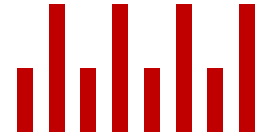
**SGH**

Szkoła Główna  
Handlowa  
w Warszawie

Katarzyna Saczuk

Instytut Statystyki i Demografii SGH

# Wyniki badania pilotażowego



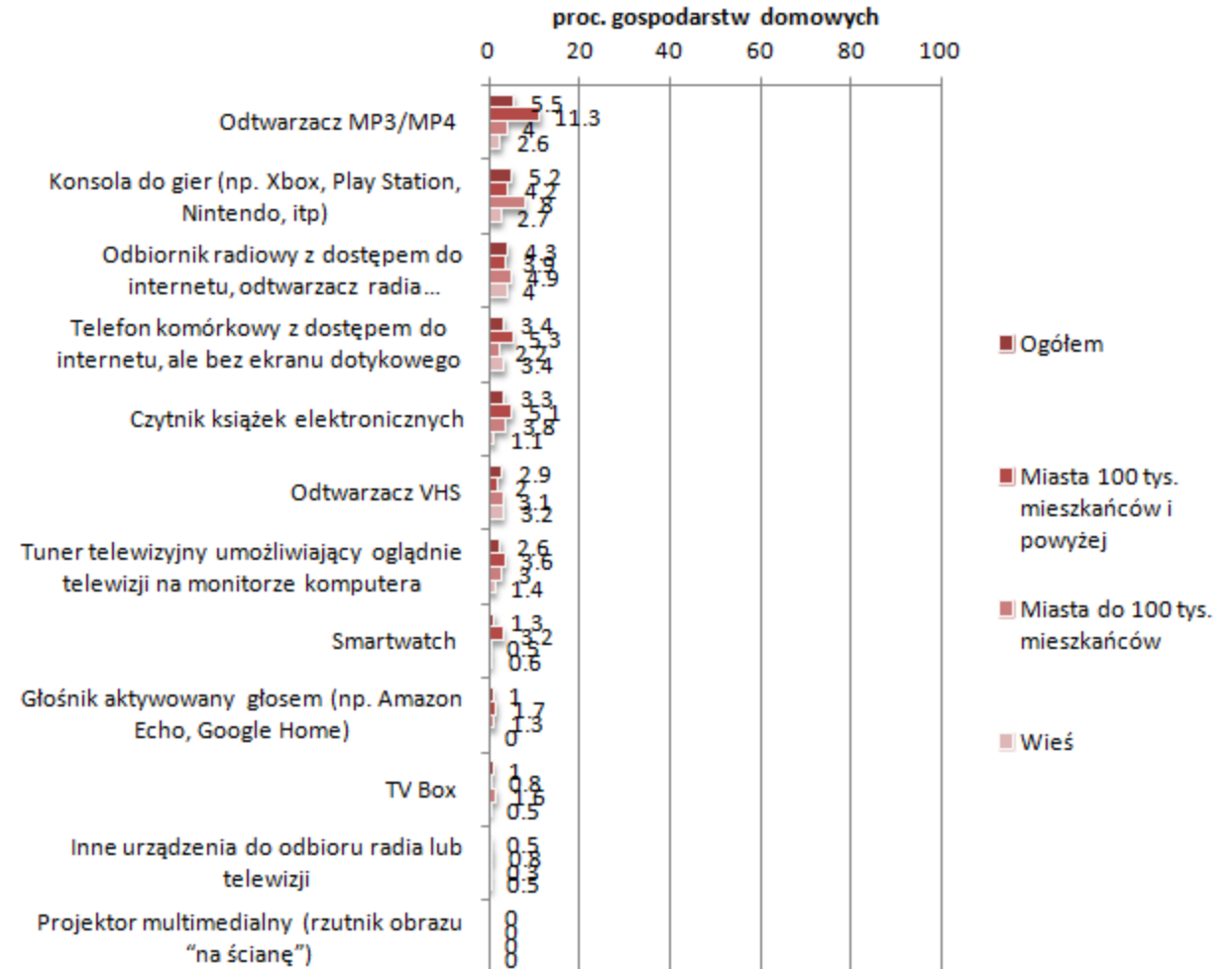
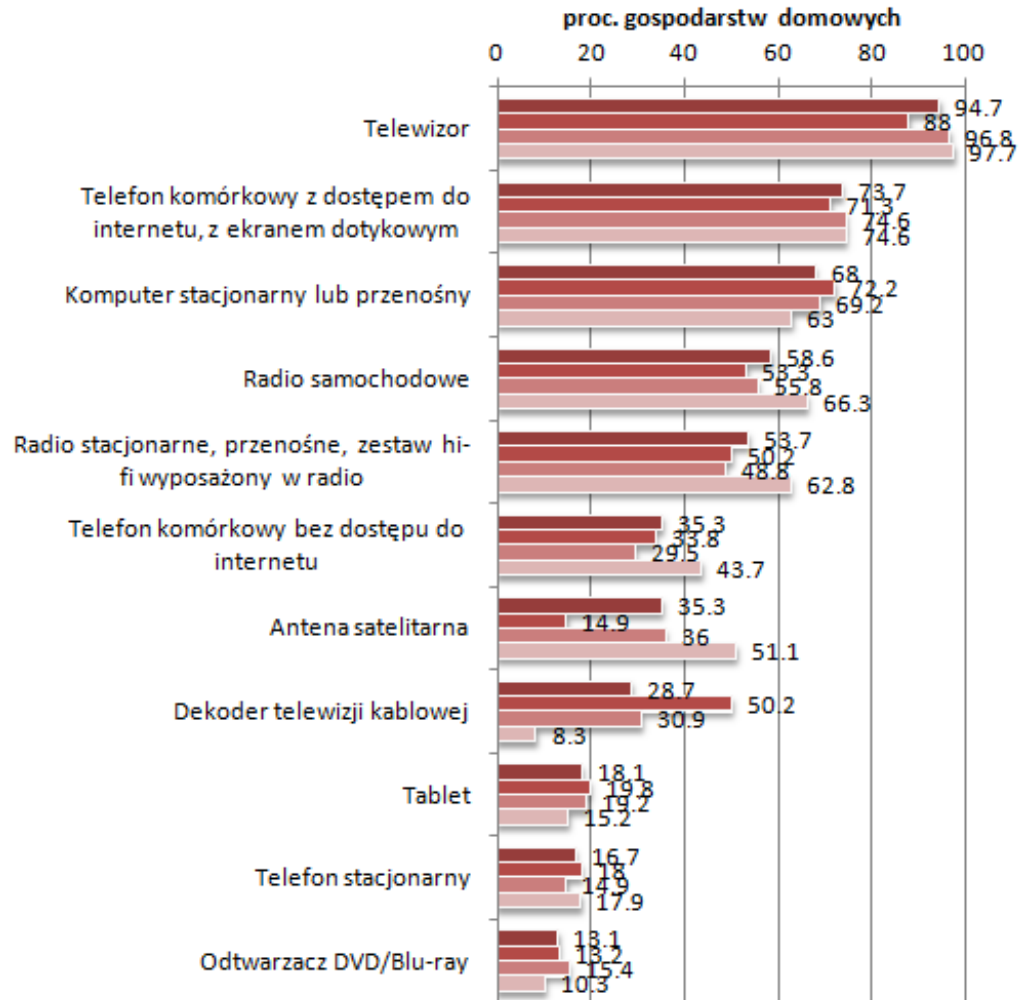
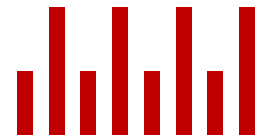
prezentacja wyników w formie tabelarycznej

rozkłady odpowiedzi zaprezentowane dla Polski ogółem, wybranych grup typologicznych i osób wyróżnionych ze względu na cechy społeczno-demograficzne

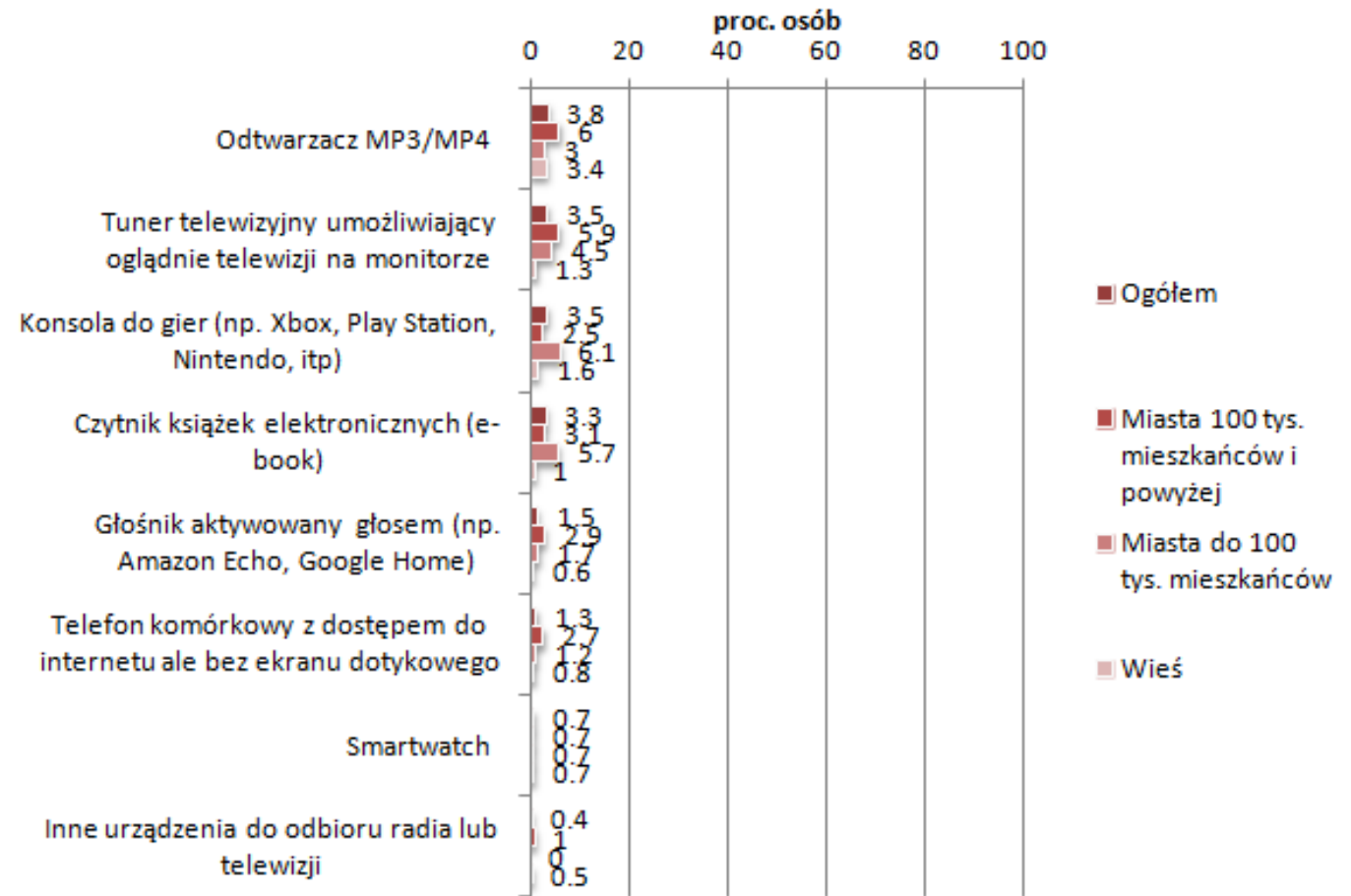
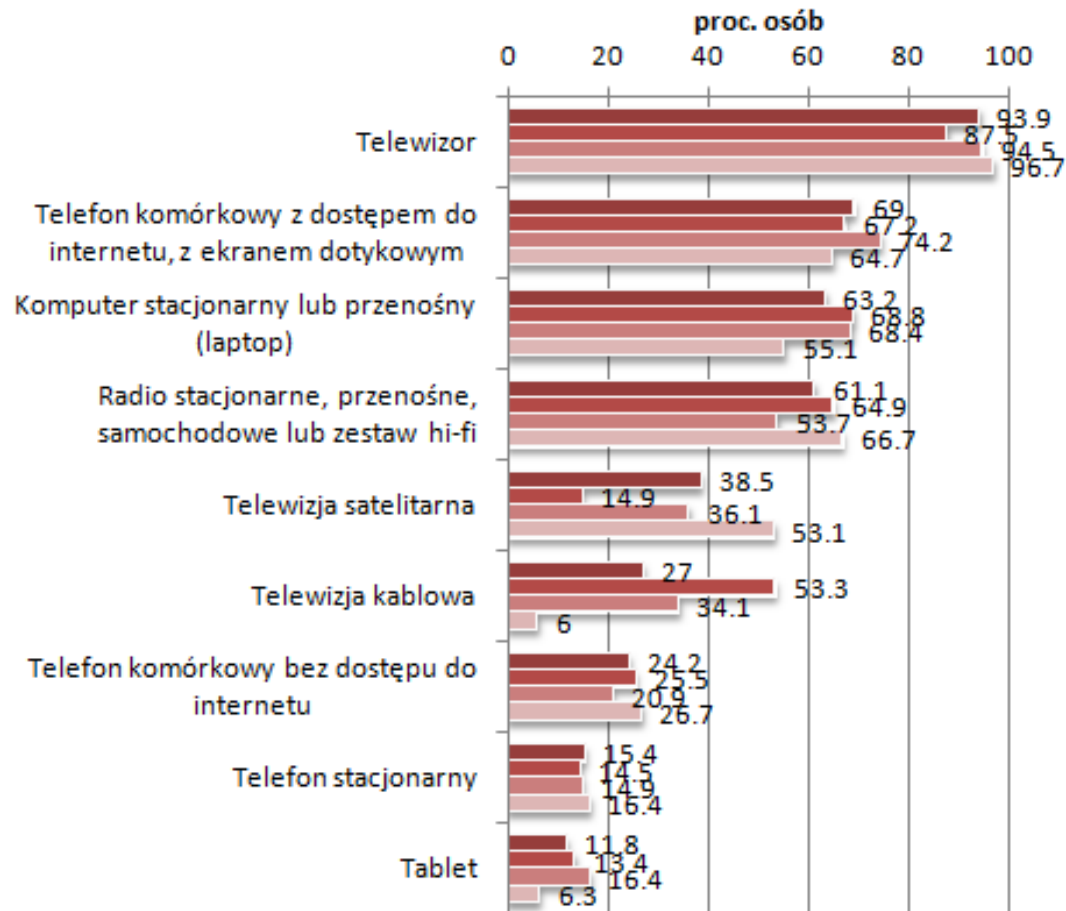
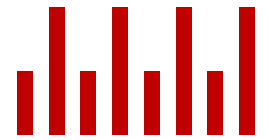
raport z omówieniem wybranych aspektów wyposażenia gospodarstw domowych oraz sposobów i częstości korzystania z różnych urządzeń

ocena wiarygodności oszacowań parametrów z populacji generalnej dla danego przekroju populacji : błędy szacunku (pierwiastki kwadratowe z wariancji estymatorów parametrów)

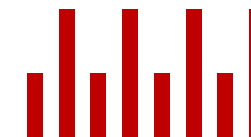
# Użytkowanie urządzeń i korzystanie z usług – gospodarstwa domowe



# Użytkowanie urządzeń i korzystanie z usług – członkowie gospodarstw domowych (16 lat i więcej)



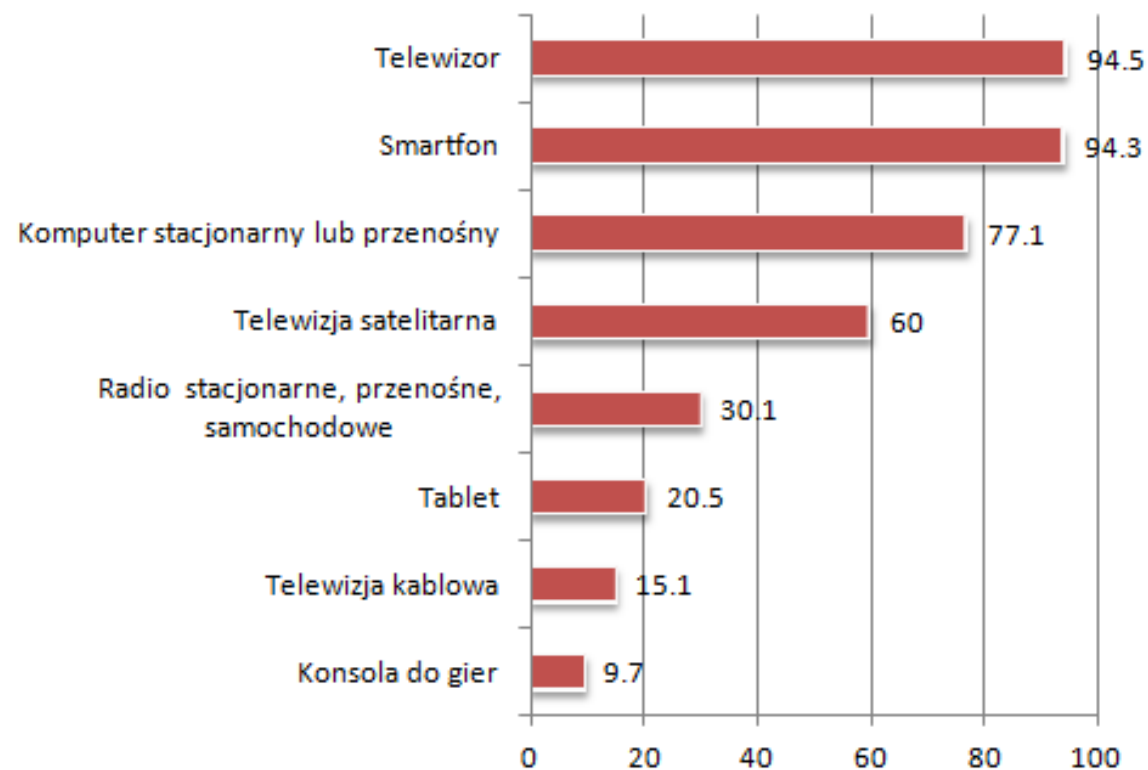
# Użytkowanie urządzeń i korzystanie z usług wg wieku



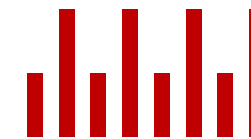
## Osoby w wieku 16 lat i więcej



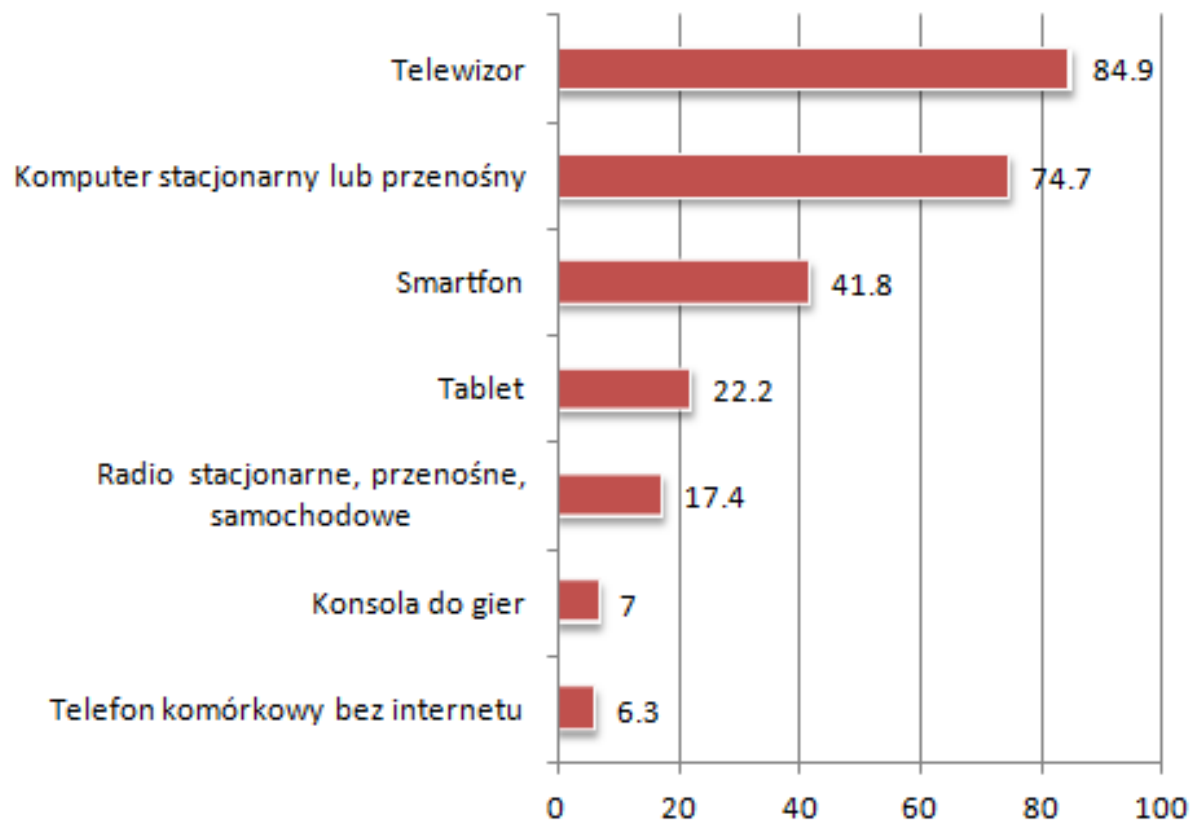
## Osoby w wieku 12-15 lat



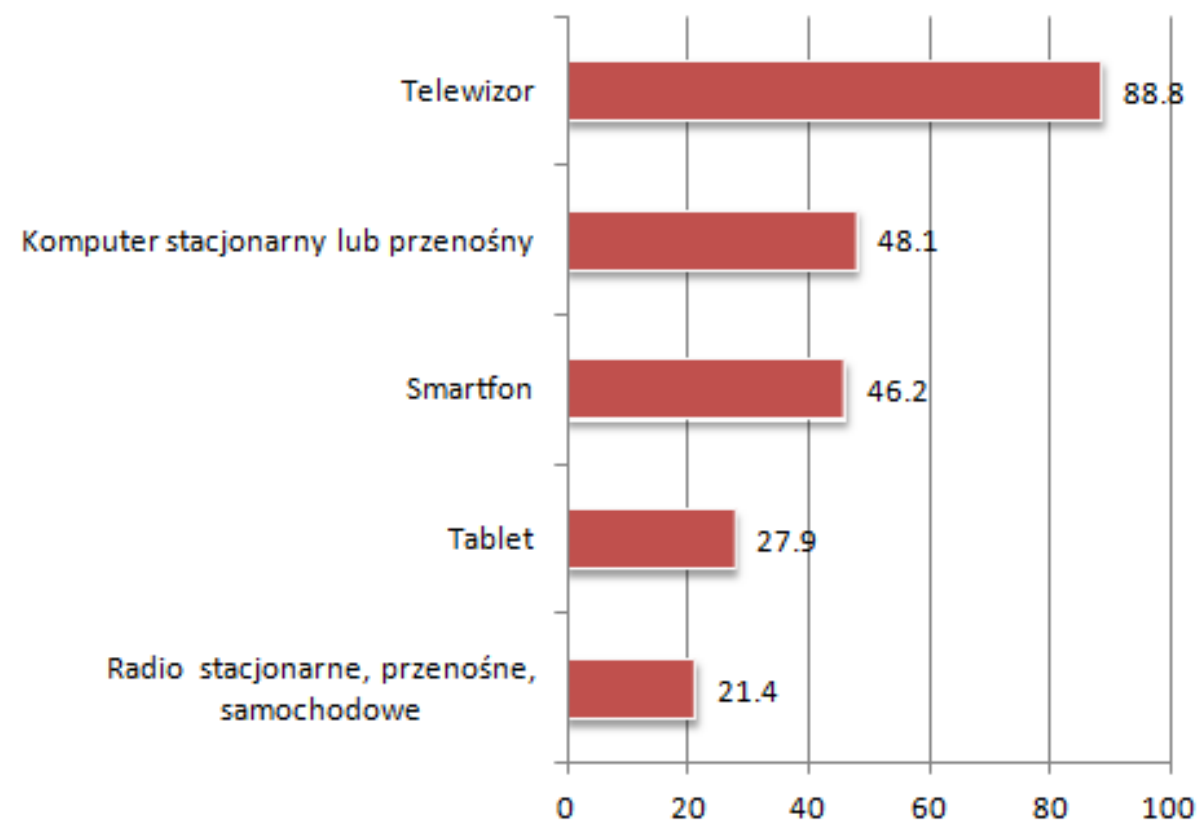
# Użytkowanie urządzeń i korzystanie z usług wg wieku



## Osoby w wieku 7-11 lat



## Osoby w wieku 4-6 lat





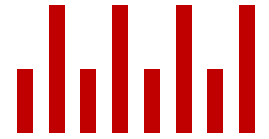


UNIwersytet  
Warszawski

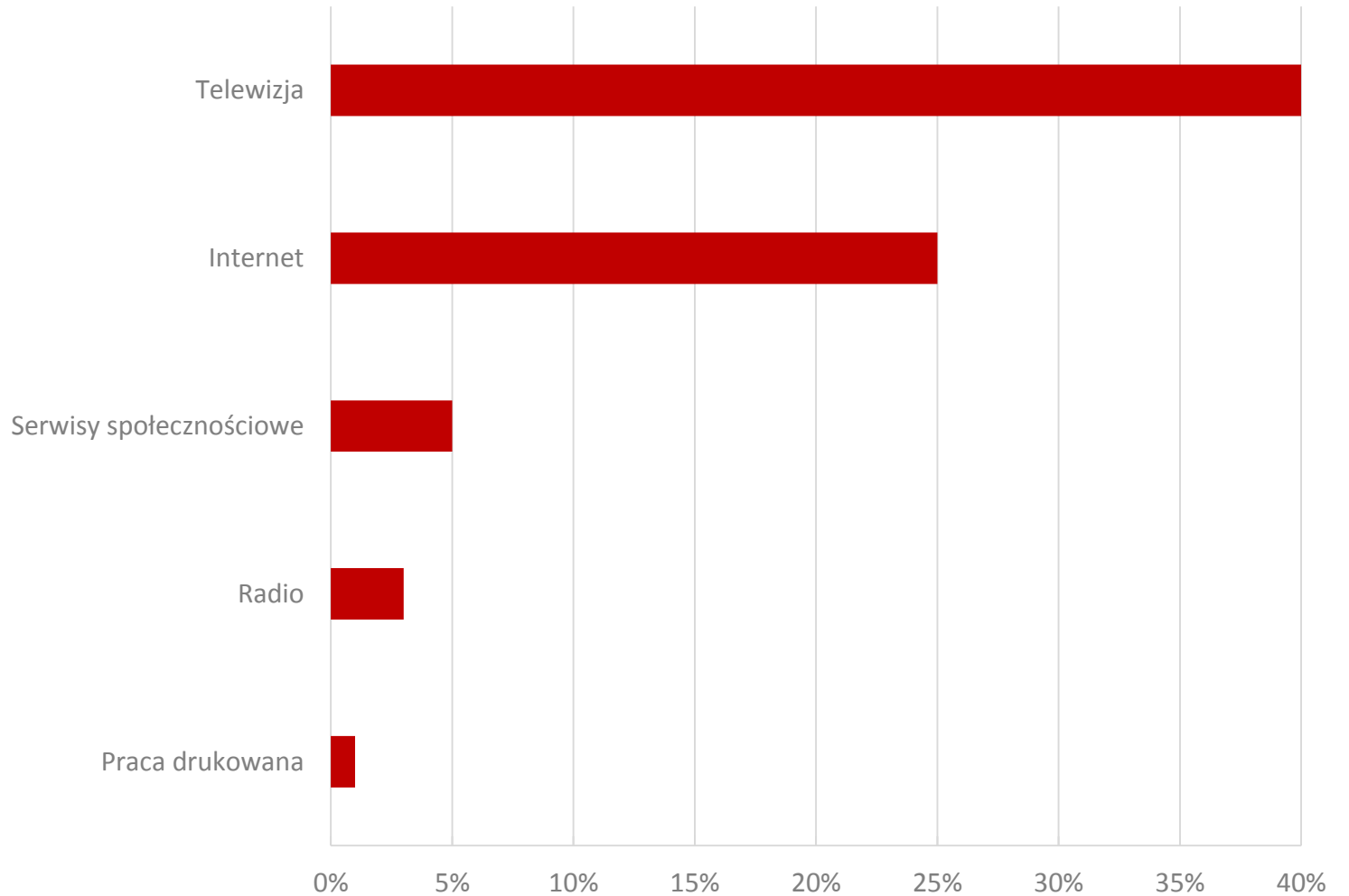
# Dominik Batorski

ICM UW

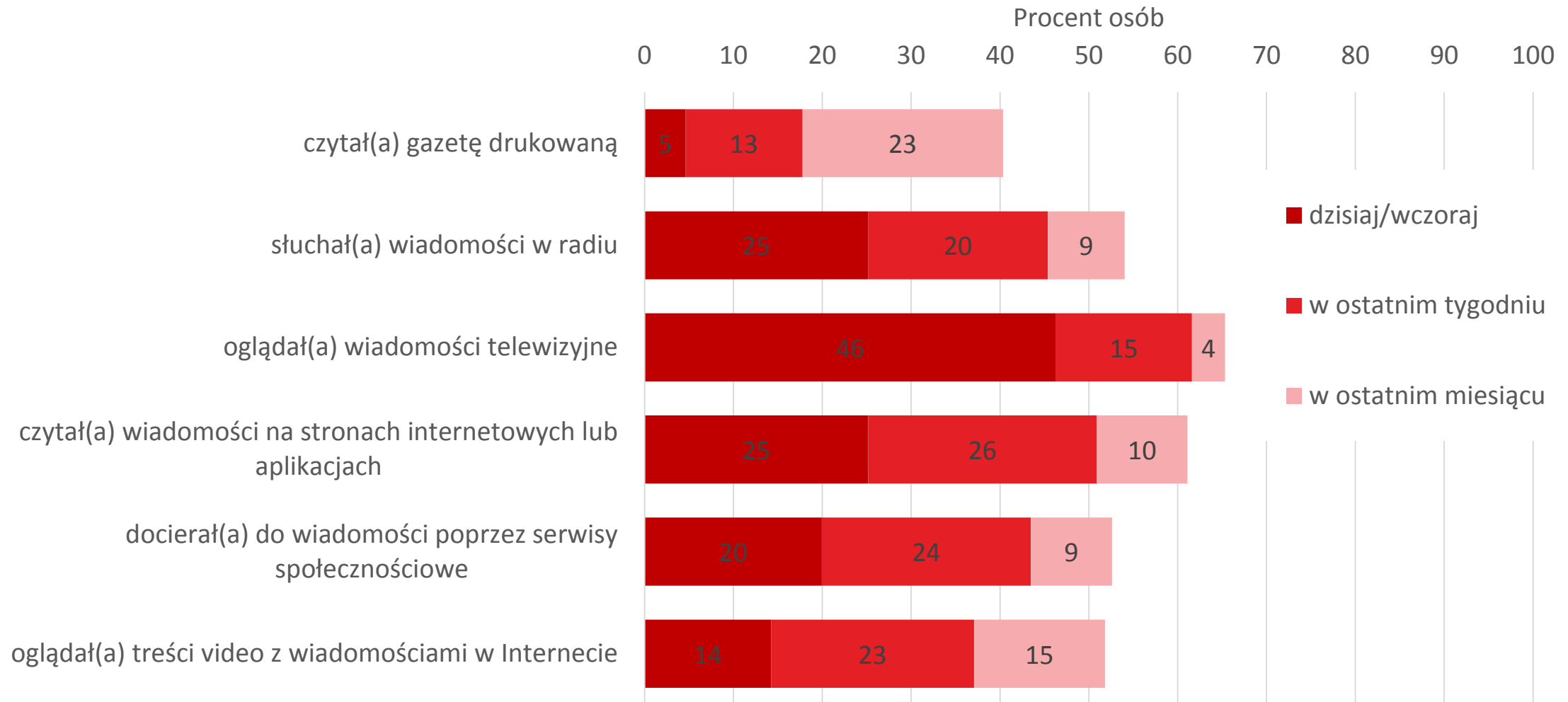
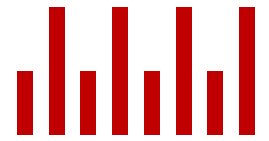
# Najważniejsze źródło informacji



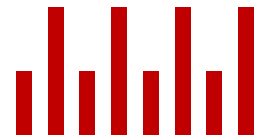
Mimo popularności Internetu cały czas najważniejszym medium w docieraniu do informacji lokalnych, z kraju i ze świata jest telewizja.



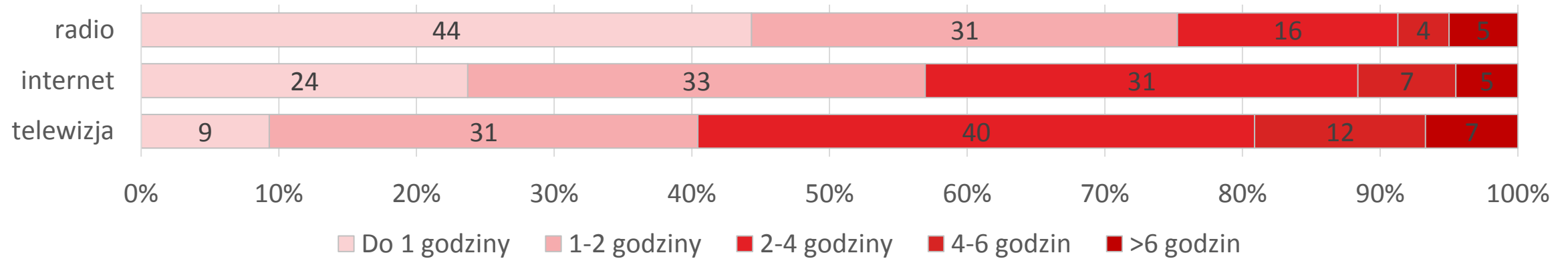
# Znaczenie mediów w docieraniu do informacji



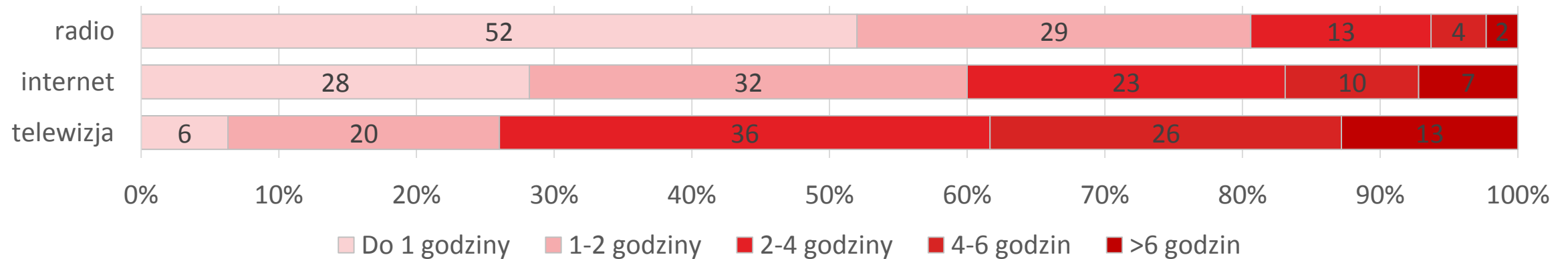
# Czas korzystania z mediów (osoby 16+)



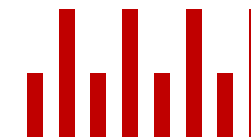
## Dzień powszedni



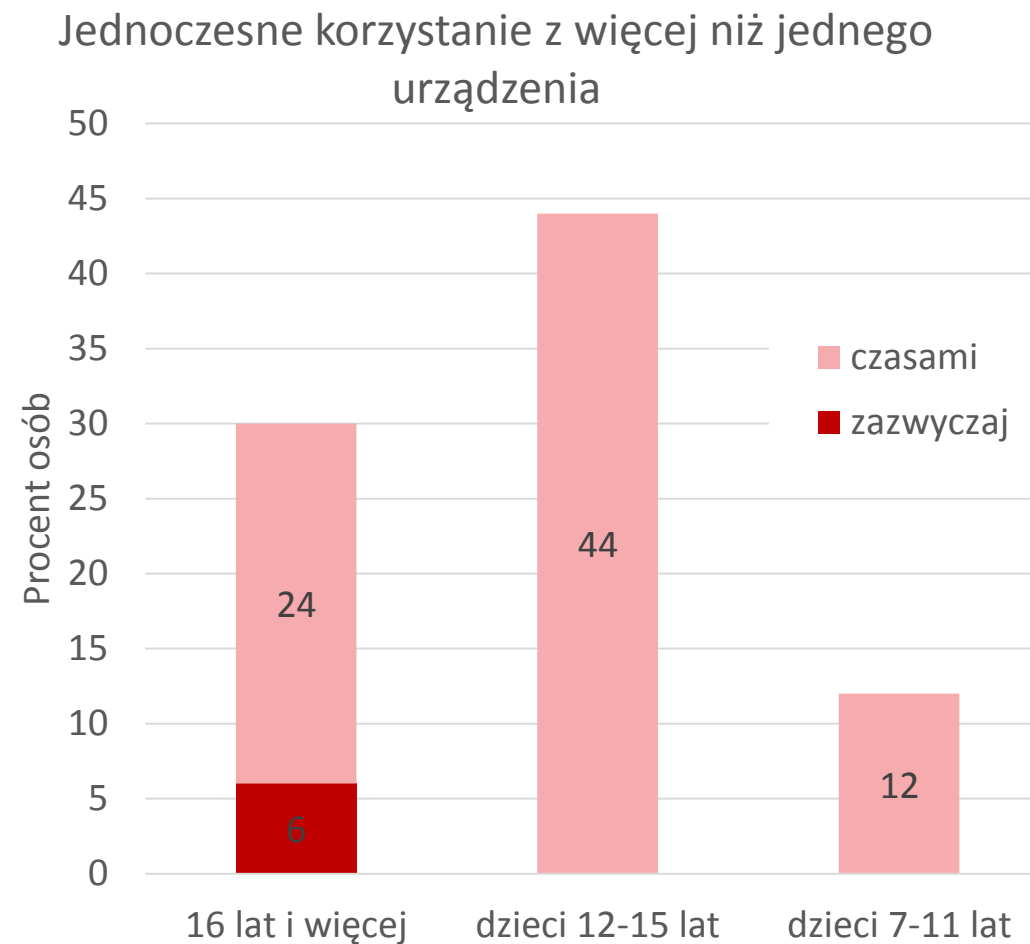
## Niedziela



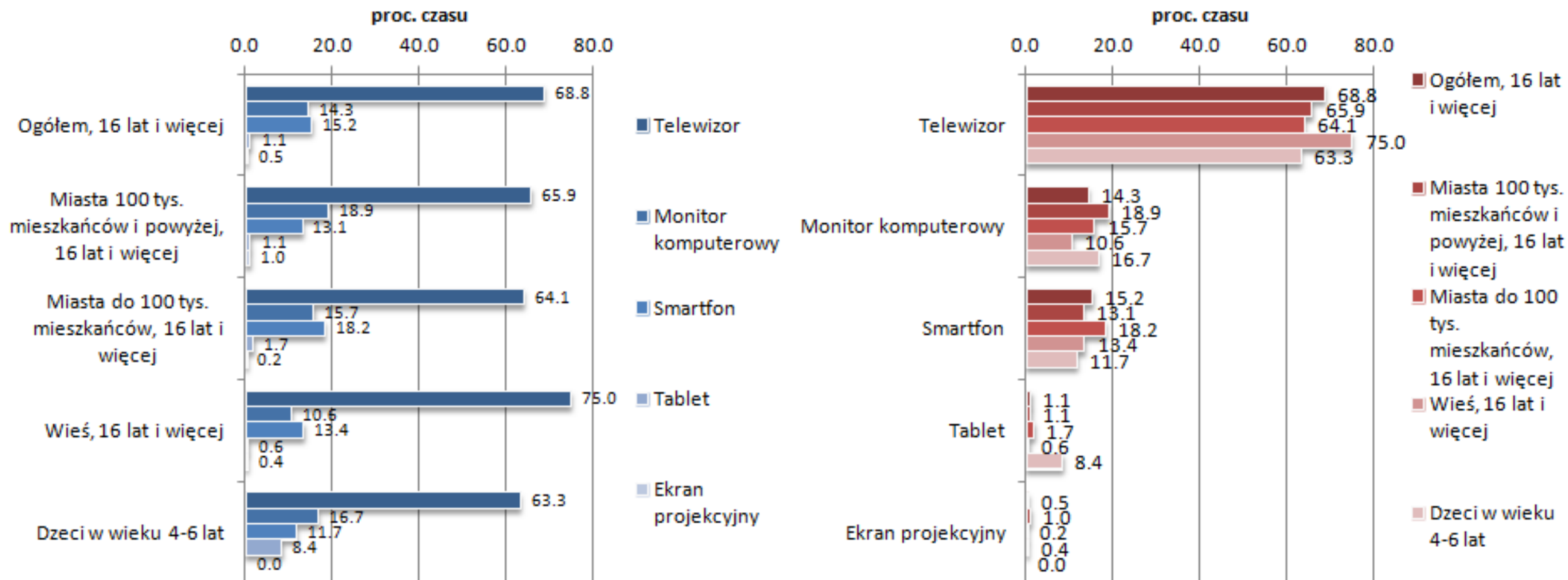
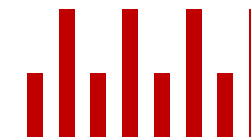
# Multiscreening



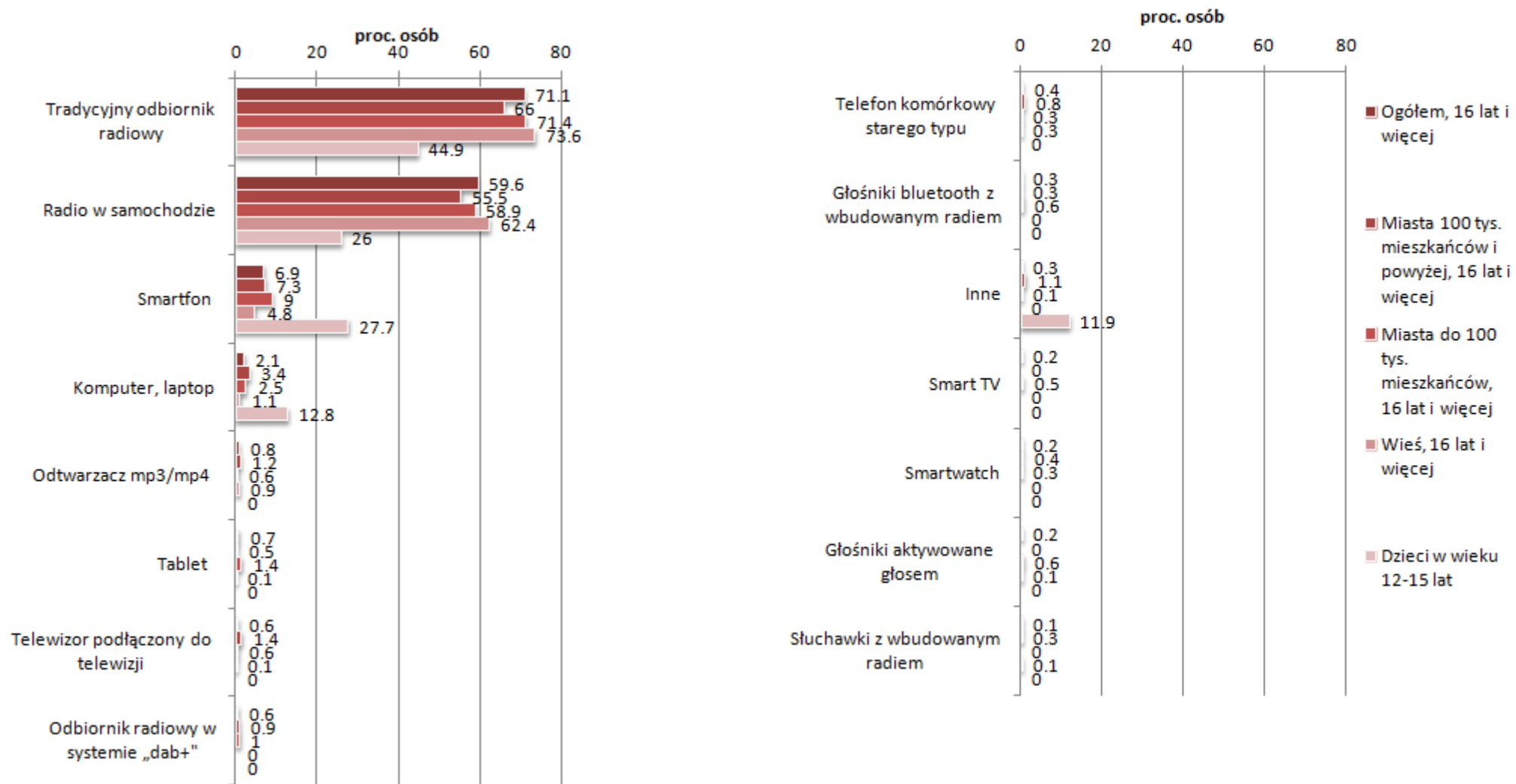
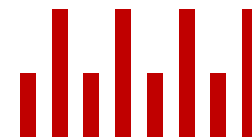
- ▶ 30 proc. osób w wieku 16+ korzysta czasami jednocześnie z kilku urządzeń do konsumpcji mediów elektronicznych
- ▶ Najczęściej wykonywanymi czynnościami równocześnie z innymi czynnościami są surfowanie po Internecie, oglądanie telewizji/filmu oraz rozmawianie przez telefon.



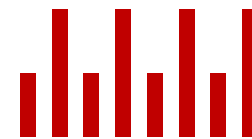
# Urządzenia do oglądania telewizji i treści wideo



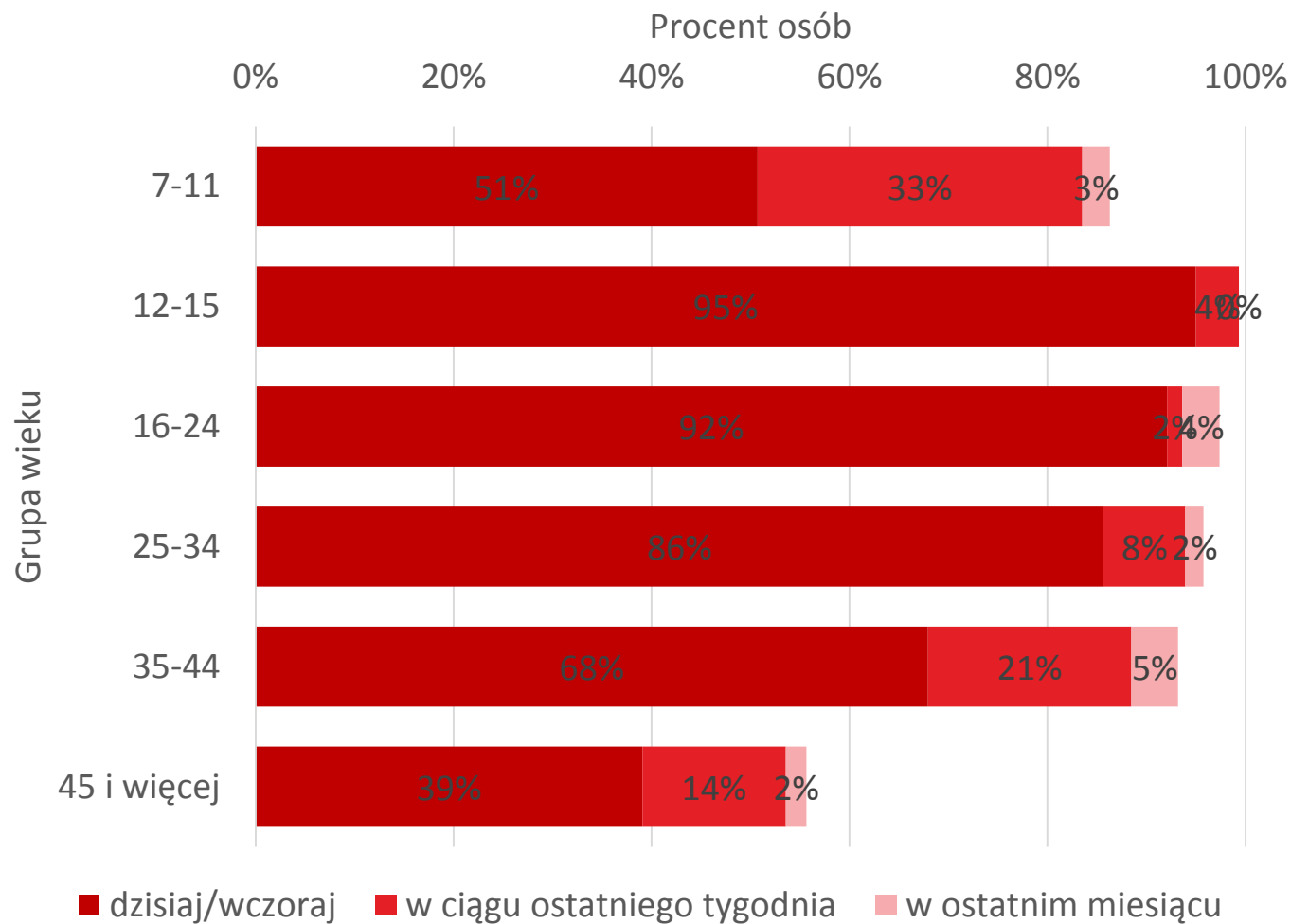
# Urządzenia do słuchania radia



# Korzystanie z Internetu

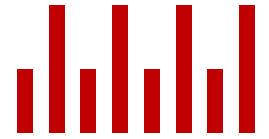


- ▶ Z Internetu korzysta dziennie 58% osób w wieku 16+
- ▶ Korzystających przynajmniej raz w tygodniu jest 71%
- ▶ 54% osób w wieku 16+ korzysta z aplikacji mobilnych w smartfonie minimum raz w tygodniu, w tym 38% robi to każdego dnia

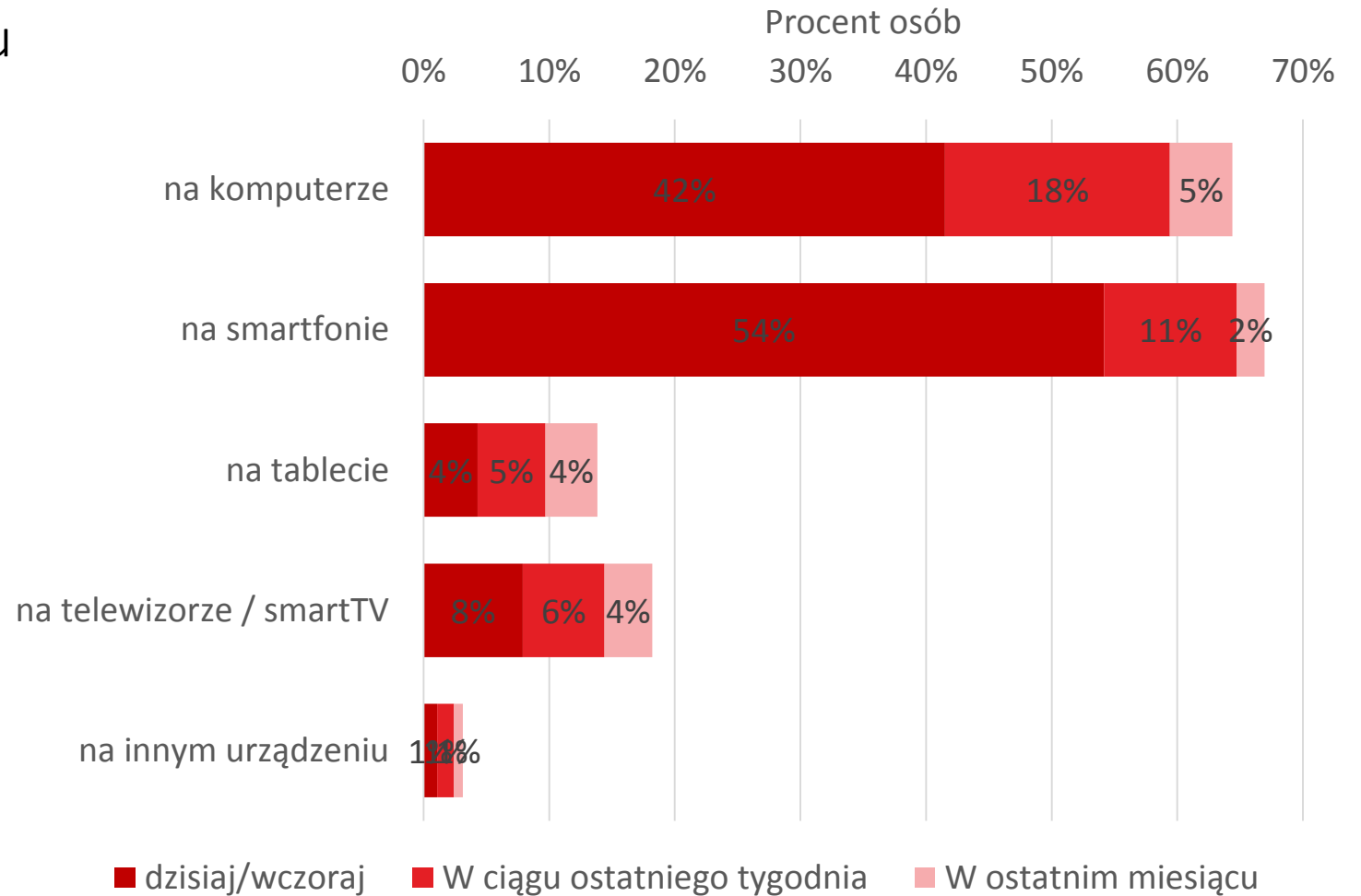




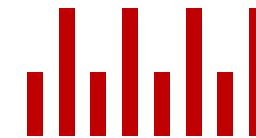
# Internet na różnych urządzeniach



- ▶ Częściej jako narzędzia dostępu do sieci używane są urządzenia mobilne niż komputery.
- ▶ Z Internetu na komputerze lub laptopie najczęściej korzystają młodszy użytkownicy.



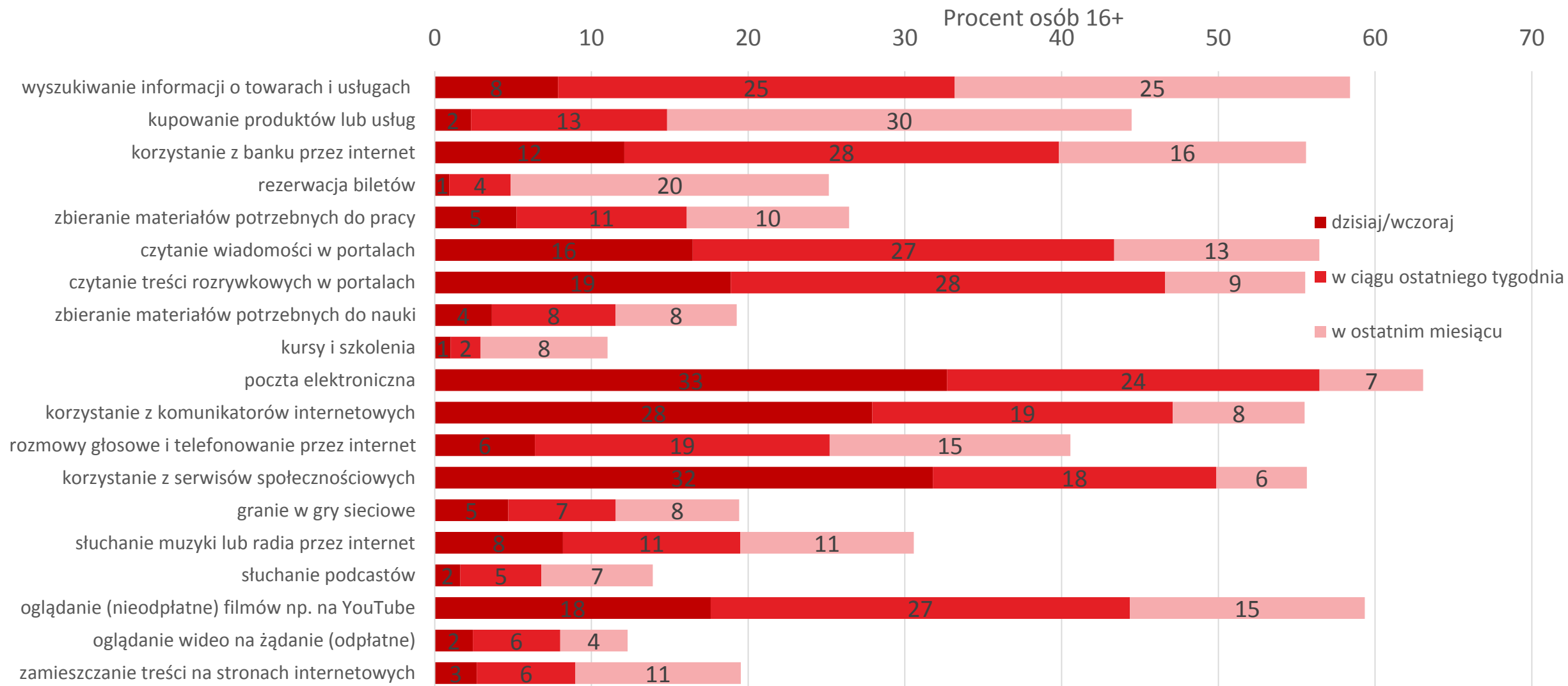
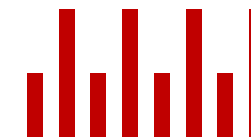
# Korzystanie mobilne



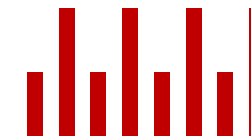
- Korzystanie z Internetu ma coraz bardziej mobilny charakter i wielu użytkowników korzysta z sieci również poza własnym domem:
  - 43% osób 16+ przez Wi-Fi w pracy, w szkole lub na uczelni
  - 29% przez Wi-Fi w innych miejscach publicznych
  - **54%** łączy się z Internetem **przez sieć komórkową** (GPRS, 3G, LTE) za pośrednictwem własnego telefonu lub innego urządzenia mobilnego.

**54%**

# Sposoby korzystania z Internetu



# Blokowanie reklam



- Oprogramowanie typu Adblock posiada na własnym urządzeniu stosunkowo niewielka liczba osób:



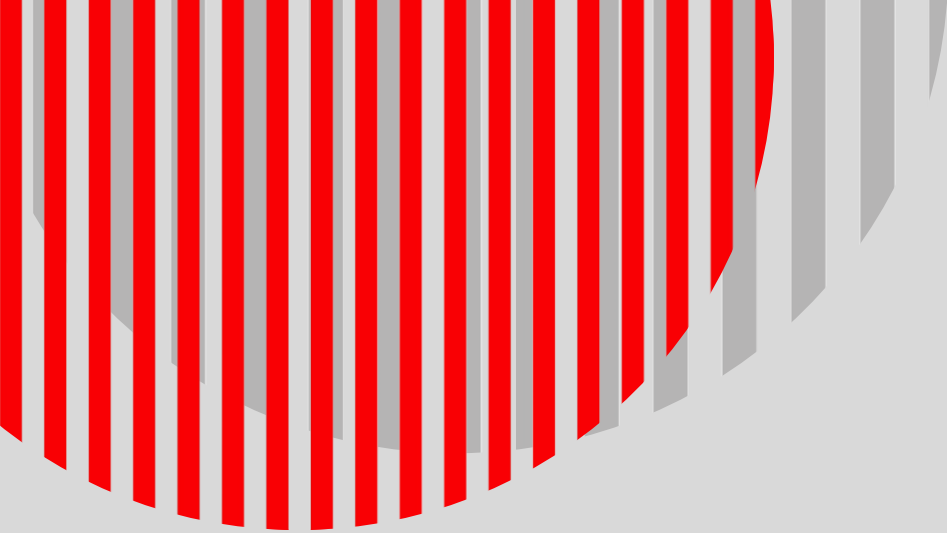
• na komputerze: 12%



• na smartfonie: 8%



• na tablecie: 2%

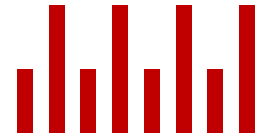


**TELEMETRIA**  
POLSKA

# Andrzej Olszewski

Telemetria Polska

# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Wywiady Indywidualne



Relatywnie dobrze przebiegła realizacja wywiadów z osobami indywidualnymi:

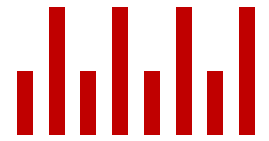


1005 przeprowadzonych wywiadów z gospodarstwami domowymi



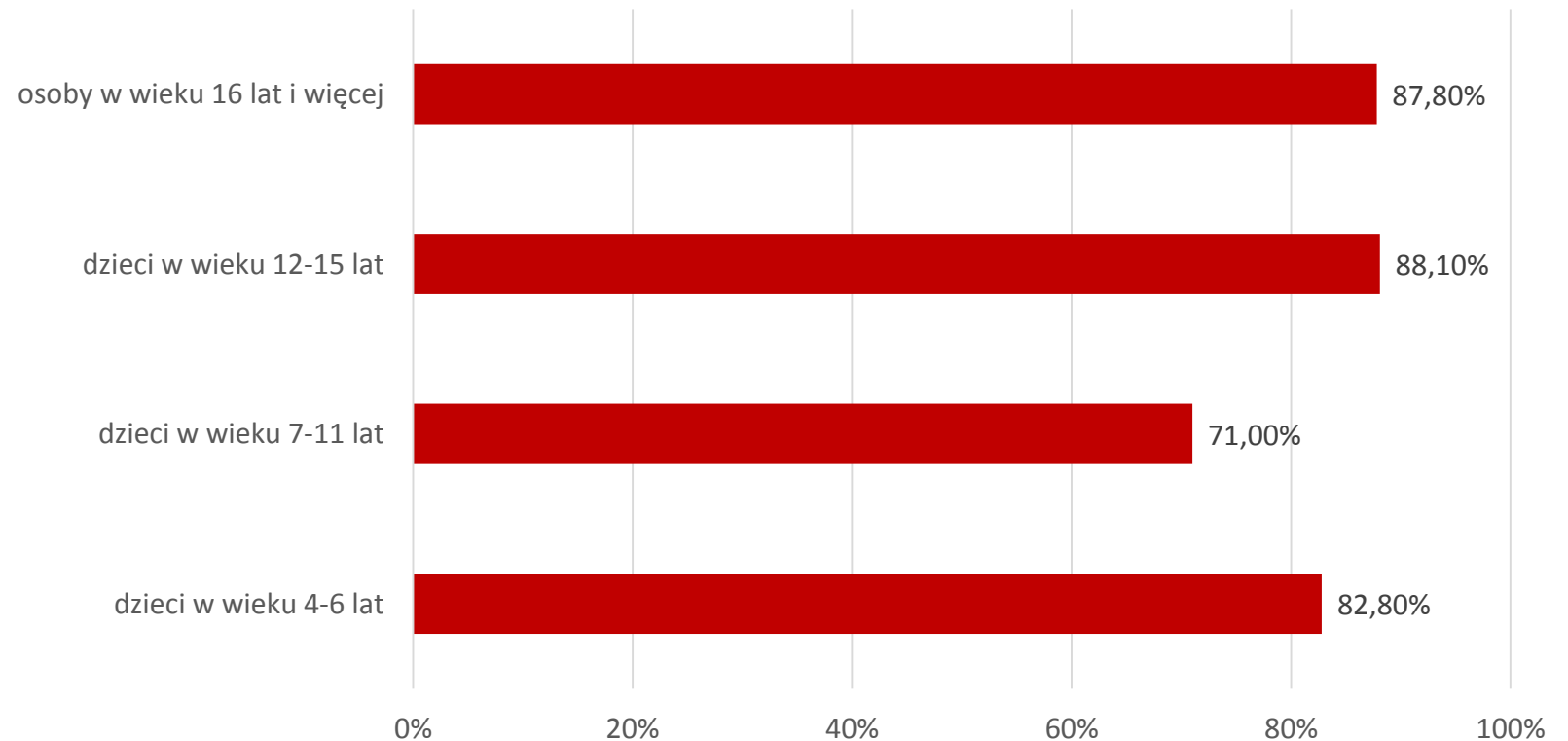
1984 przeprowadzone wywiady indywidualne

# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Wywiady Indywidualne

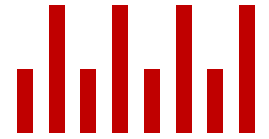


Co ważne poziom realizacji wywiadów był podobny we wszystkich grupach wiekowych – nieco niższy jedynie wśród dzieci na wskutek braku zgód rodziców.

Wskaźniki odpowiedzi liczone jako stosunek zrealizowanych wywiadów w dane grupie wiekowej do liczby osób w tej grupie wiekowej podlegających wywiadowi indywidualnemu w gospodarstwach domowych, z którymi zrealizowano ankietę gospodarstwa domowego są relatywnie wysokie.



# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Konstrukcja przyszłego panelu



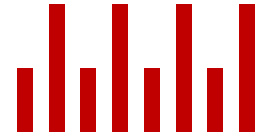
**3000 HH + 18 000 IND**

By mierzyć widownię dziecięcą

By mieć elastyczność w konstruowaniu  
nadreprezentacji lokalnych  
By łatwiej rekrutować panelistów  
do pomiarów mobilnych



# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Czas trwania wywiadu



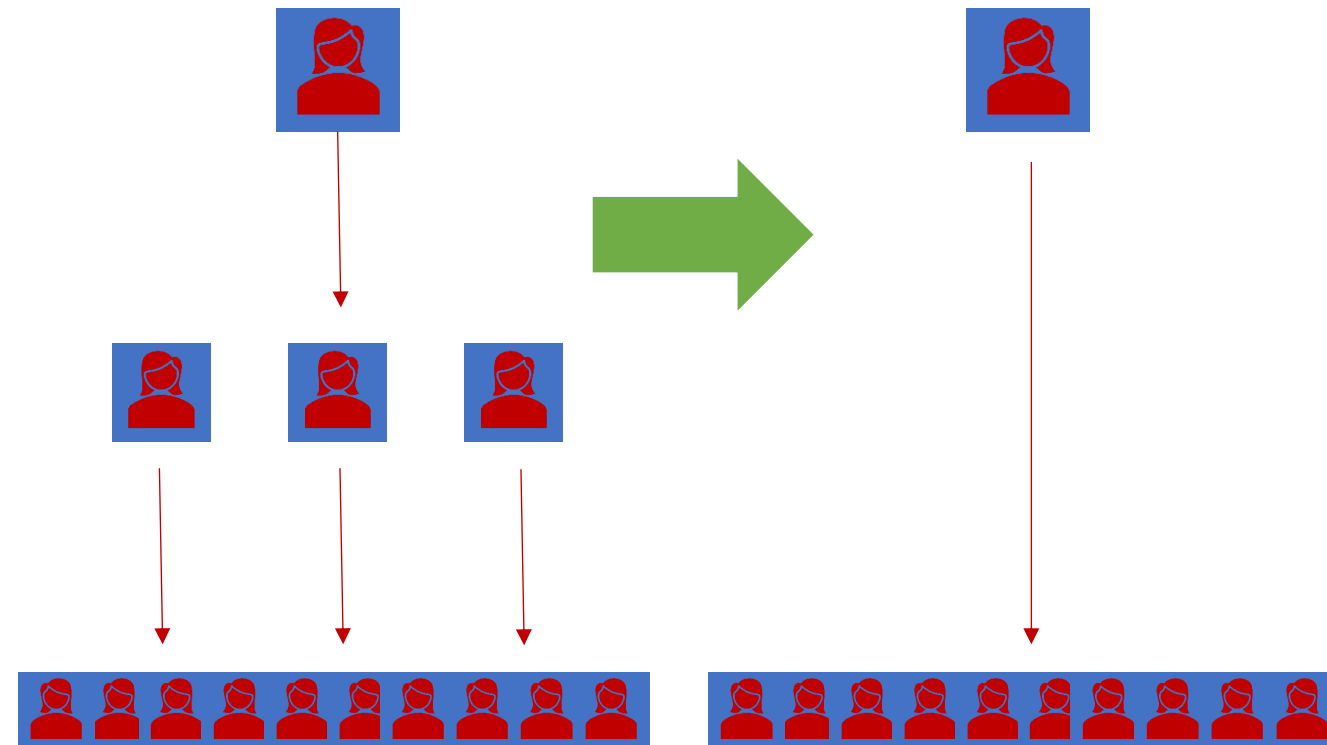
| Czy występują reakcje respondenta świadczące o zbyt długiej długości wywiadu (np. próba przerywania wywiadu, irytacja)? | Liczba odpowiedzi | Procent odpowiedzi |
|---|-------------------|--------------------|
| Nie   | 1588              | 88,72              |
| Tak   | 202               | 11,28              |
| <b>Ogółem</b>   | <b>1790</b>       | <b>100,00</b>      |

- Mimo, że ankieterzy narzekali na długość wywiadu, to respondenci dość pozytywnie ocenili czas trwania wywiadów.
- Praktycznie wywiady indywidualne trwały około 30 min. W najtrudniejszej sytuacji był „Główny Informator”, który udzielał wywiadu o gospodarstwie domowym jak i o sobie samym
- Dla ankieterów średnio to było ponad półtorej godziny w każdym gospodarstwie, stąd też ich prawdopodobne opinie co do zbyt długiego czasu potrzebnego na przeprowadzenie wywiadu.
- Żaden z respondentów nie przerwał również wywiadu!
- To dobre prognozyki do prowadzenia Badania Założycielskiego w sposób Indywidualny!

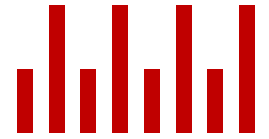
# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Praca z siecią ankieterską

Koordynatorski model organizacji rynku i rekrutacji nie działa najlepiej. Koniecznie trzeba rozważyć pójście w kierunku **sieci jednostopniowej**.

najniższa wartość współczynnika realizacji  $R_h$  (**0,04**) została zarejestrowana w województwie zachodniopomorskim,  
najwyższa w województwie małopolskim (**0,42**)



# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Praca z siecią ankieterską

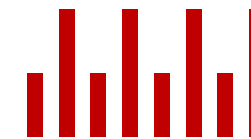


Szalenie ważny dobór ankieterów i ich wcześniejsze szkolenie!

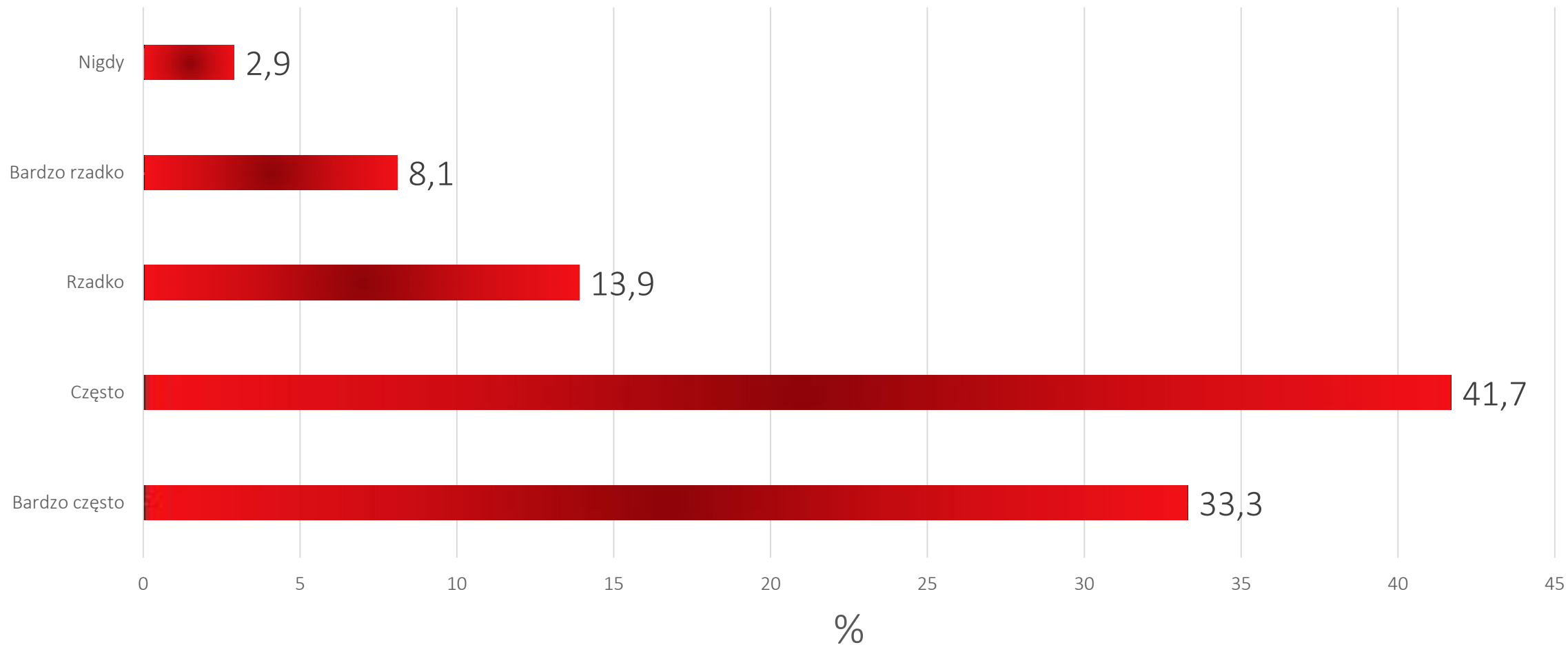
W badaniu wzięło udział **125** ankieterów,  
z których **35** nie zrealizowało **żadnego** wywiadu w próbie  
podstawowej.

Nieliczni ankieterzy wzięli udział w szkoleniu centralnym.

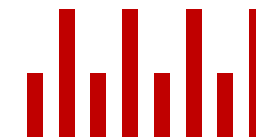
# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Użytkowanie Smartfona



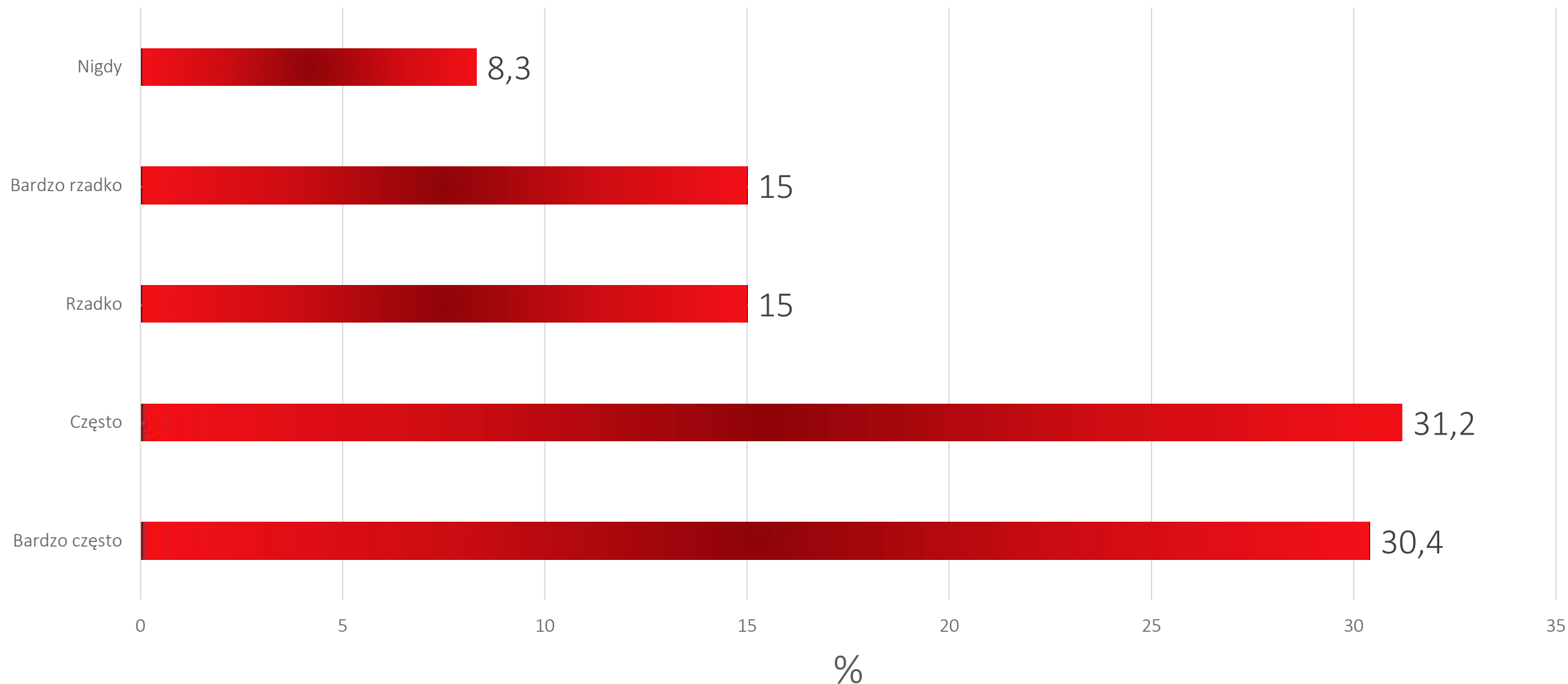
## Odkładanie smartfona na jedno, określone miejsce w domu



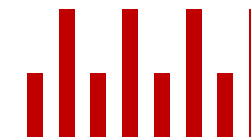
# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Użytkowanie Smartfona



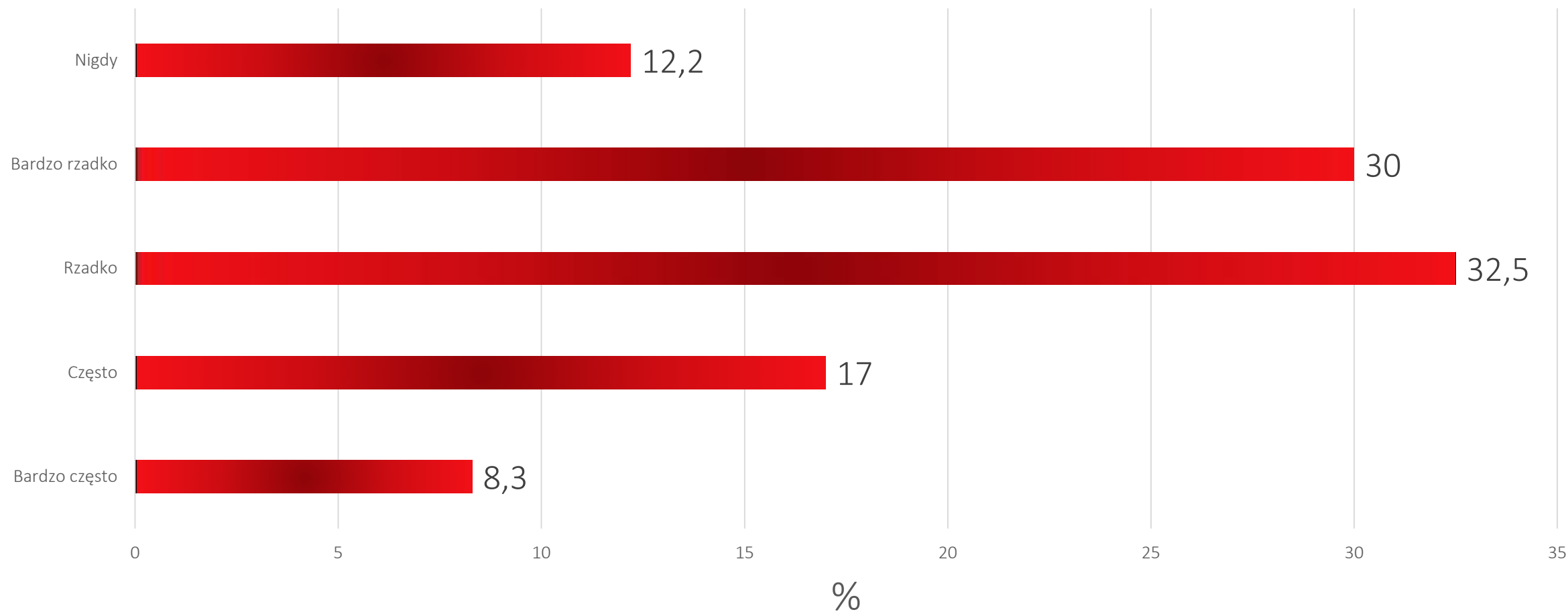
Noszenie w domu zawsze smartfona bezpośrednio przy sobie

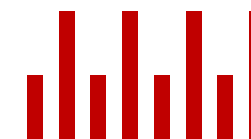


# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Użytkowanie Smartfona

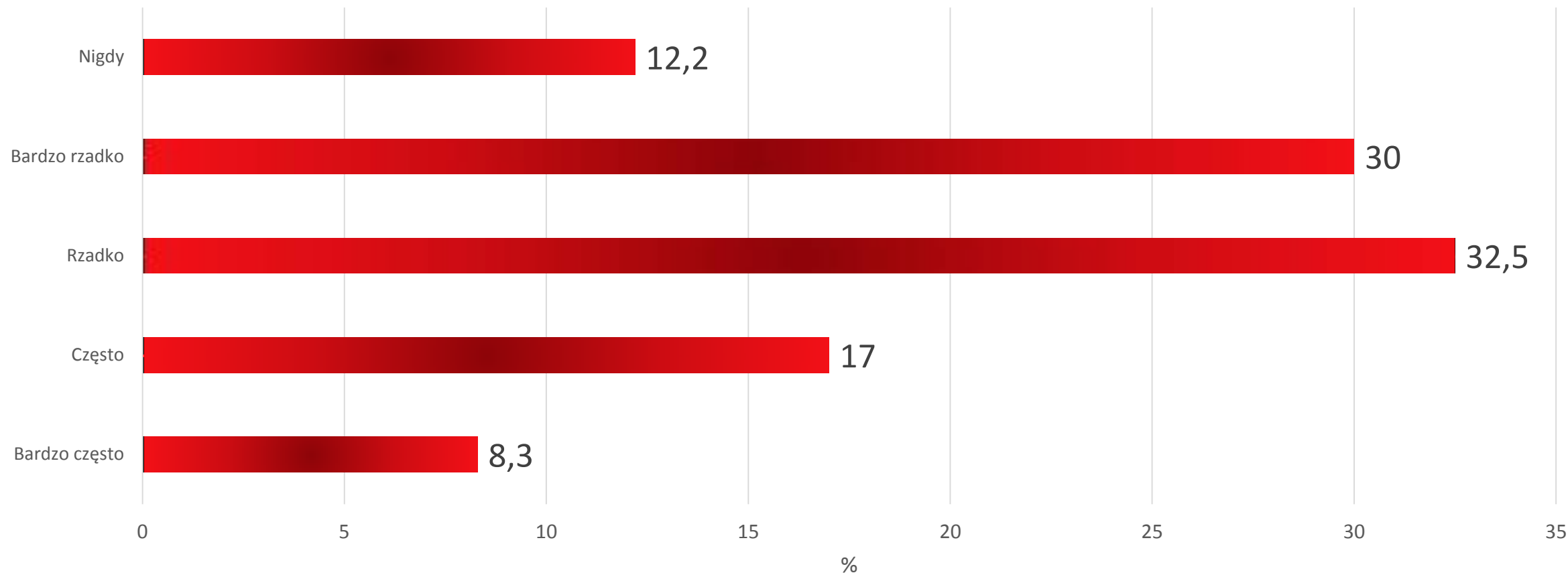


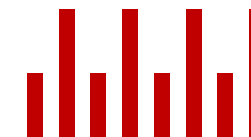
Zostawianie smartfona w domu schowanego w kieszeni kurtki, w torbie/ torebce/plecaku



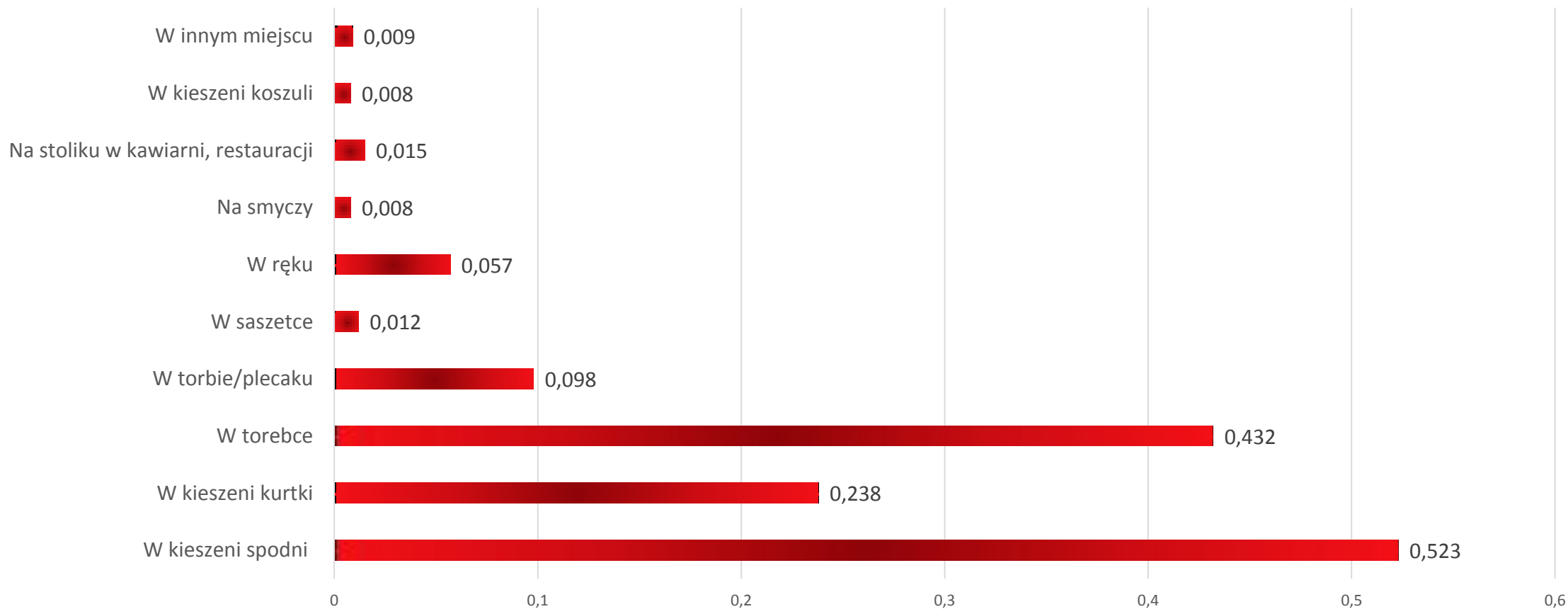


Pozostawianie smartfona na jednym miejscu podczas porannej krzątania przed wyjściem z domu



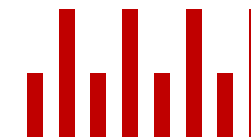


## Miejsce trzymania telefonu w miejscu publicznym

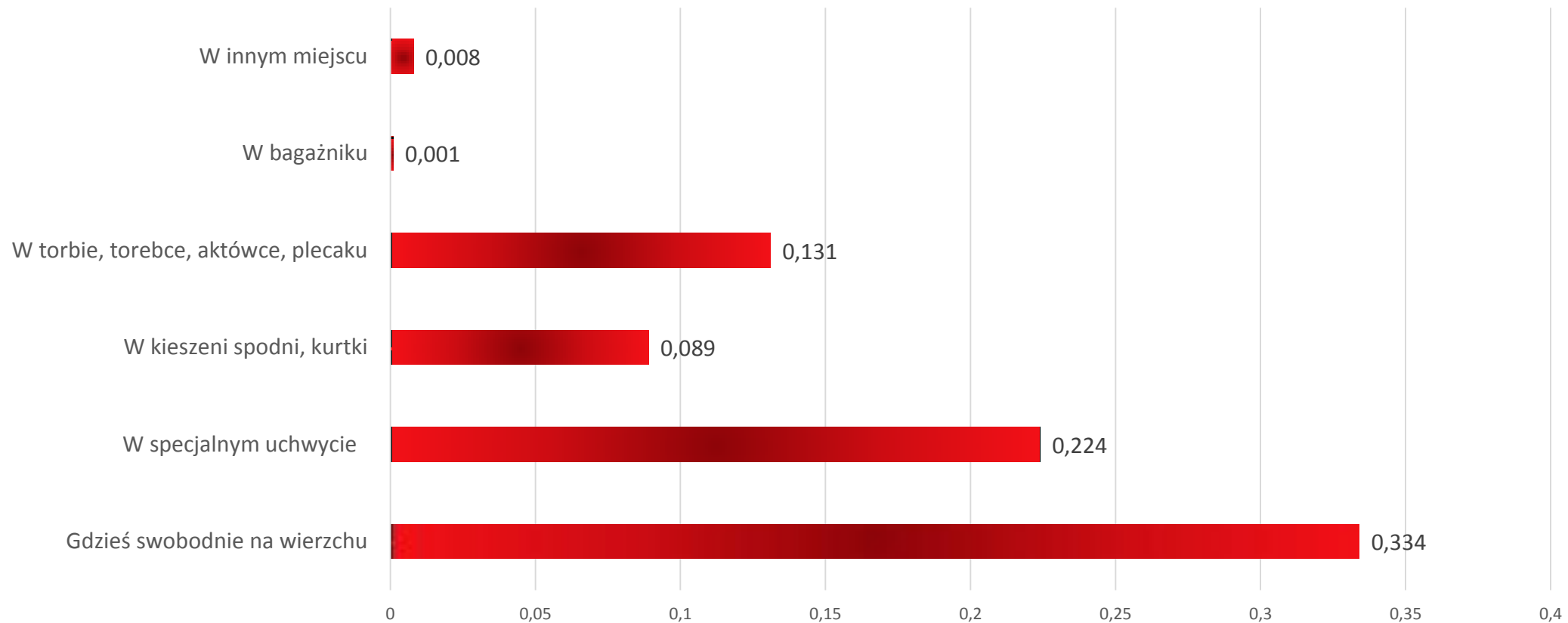


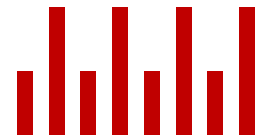


# Wnioski do dalszych prac nad Badaniem Założycielskim – Użytkowanie Smartfona

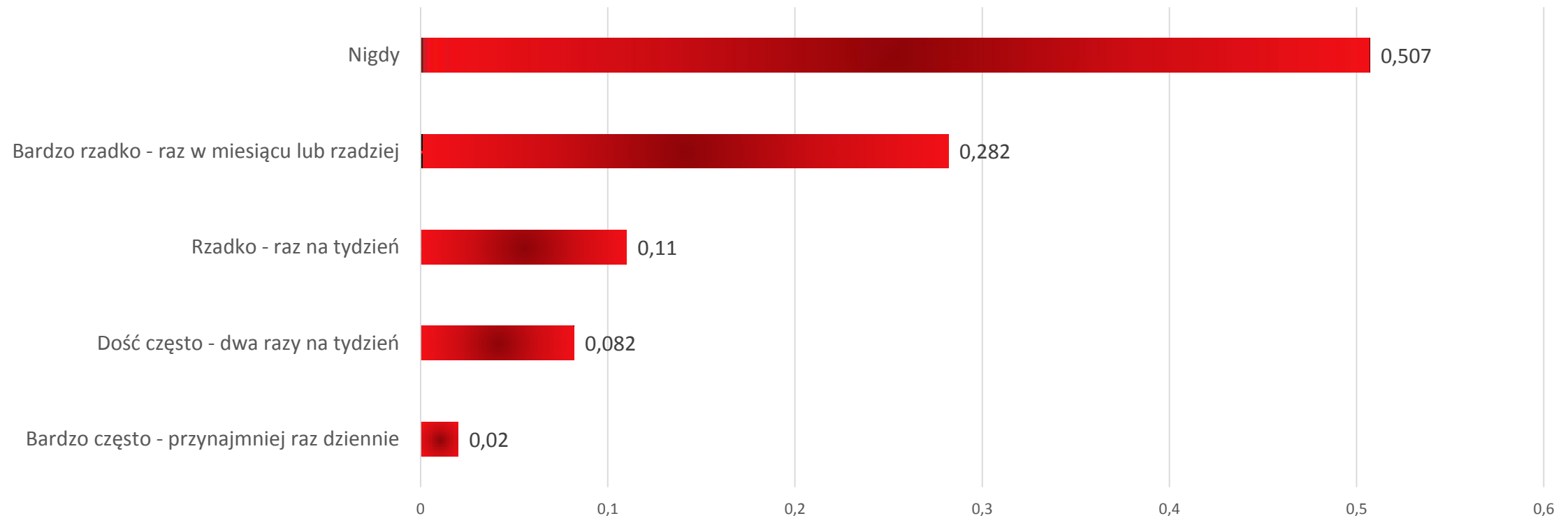


Miejsce trzymania telefonu podczas prowadzenia samochodu

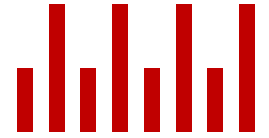




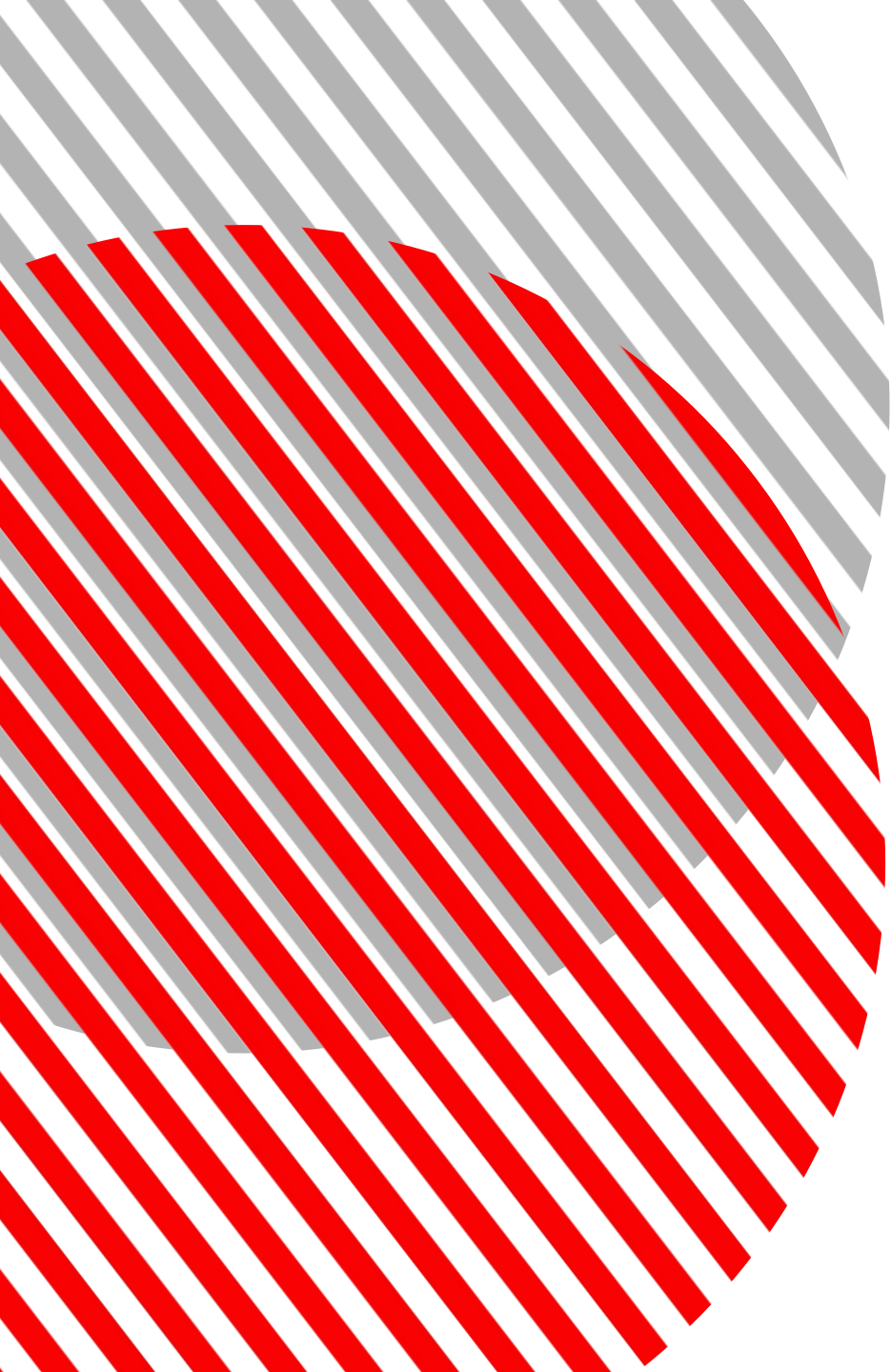
## Zapominanie smartfona i zostawianie go na dłuższy czas w jednym miejscu (np. domu, samochodzie, pracy)



# Rekomendacje dla Badania Założycielskiego



- Elastyczność w łączeniu realizacji wywiadów indywidualnych z wywiadami o gospodarstwach domowych.
- przeprowadzenie Badania Założycielskiego metodą reprezentacyjną, w oparciu o próbę losową
- Ze względu na bardzo dużą planowaną liczebność gospodarstw domowych objętych badaniem rekomendujemy znacznie bardziej szczegółowe warstwowanie jednostek losowania pierwszego stopnia (obwodów statystycznych)
- Badanie Założycielskie, tak jak badanie pilotażowe powinno zostać przeprowadzone techniką CAPI, tj. Wywiadów twarzą w twarz (face to face) z ankieterem przy użyciu notebooków, na których zapisane byłyby udzielone przez respondentów odpowiedzi
- zastosowanie w Badaniu Założycielskim do wylosowania próby podstawowej oraz prób rezerwowych schematu losowania warstwowego dwustopniowego
- zastosowanie analogicznego, zintegrowanego systemu wag jak w badaniu pilotażowym
- połączenie systemu gratyfikacji ankieterów z wymaganą efektywnością realizacji Badania Założycielskiego przez prowadzącą je firmę/firmy



**TELEMETRIA**  
POLSKA

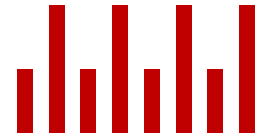
Jednoźródłowy pomiar  
mediów elektronicznych



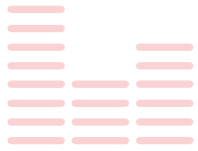
# Michał Wigurski

Dyrektor projektu Telemetria Polska

# Działania 2019-2021



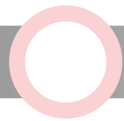
Prace Badawczo -  
Rozwojowe



**FAZA 0**

04'18 - 06'19

Uruchomienie  
Jednoźródłowego Pomiaru 400  
MT & 100.000 RPD



**FAZA I**

07'19 - 08'19

Rozbudowa Panelu  
Telemetrycznego [1000  
MT] & 700.000 RPD



**FAZA I+**

09'19 - 07'20

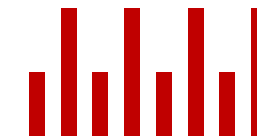
Budowa Prototypu  
Pomiaru [5.000 MT  
& 5.000.000 RPD]



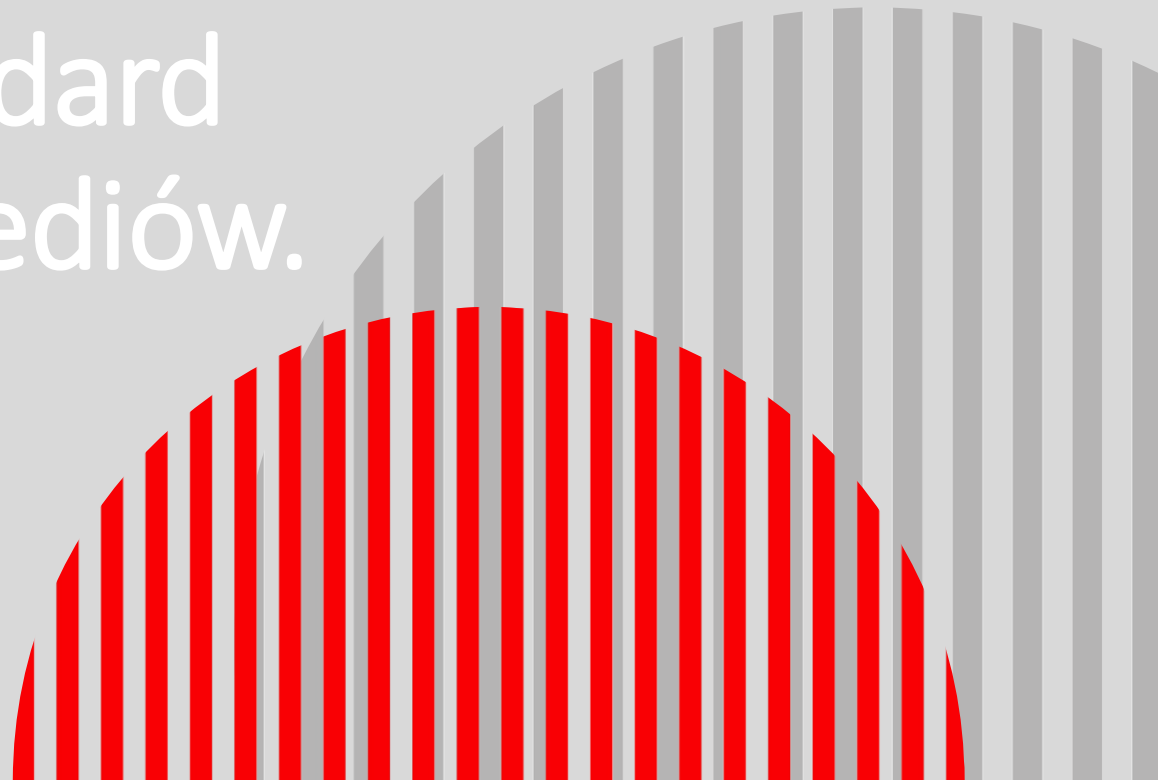
**FAZA II**

09'19 - 03'21

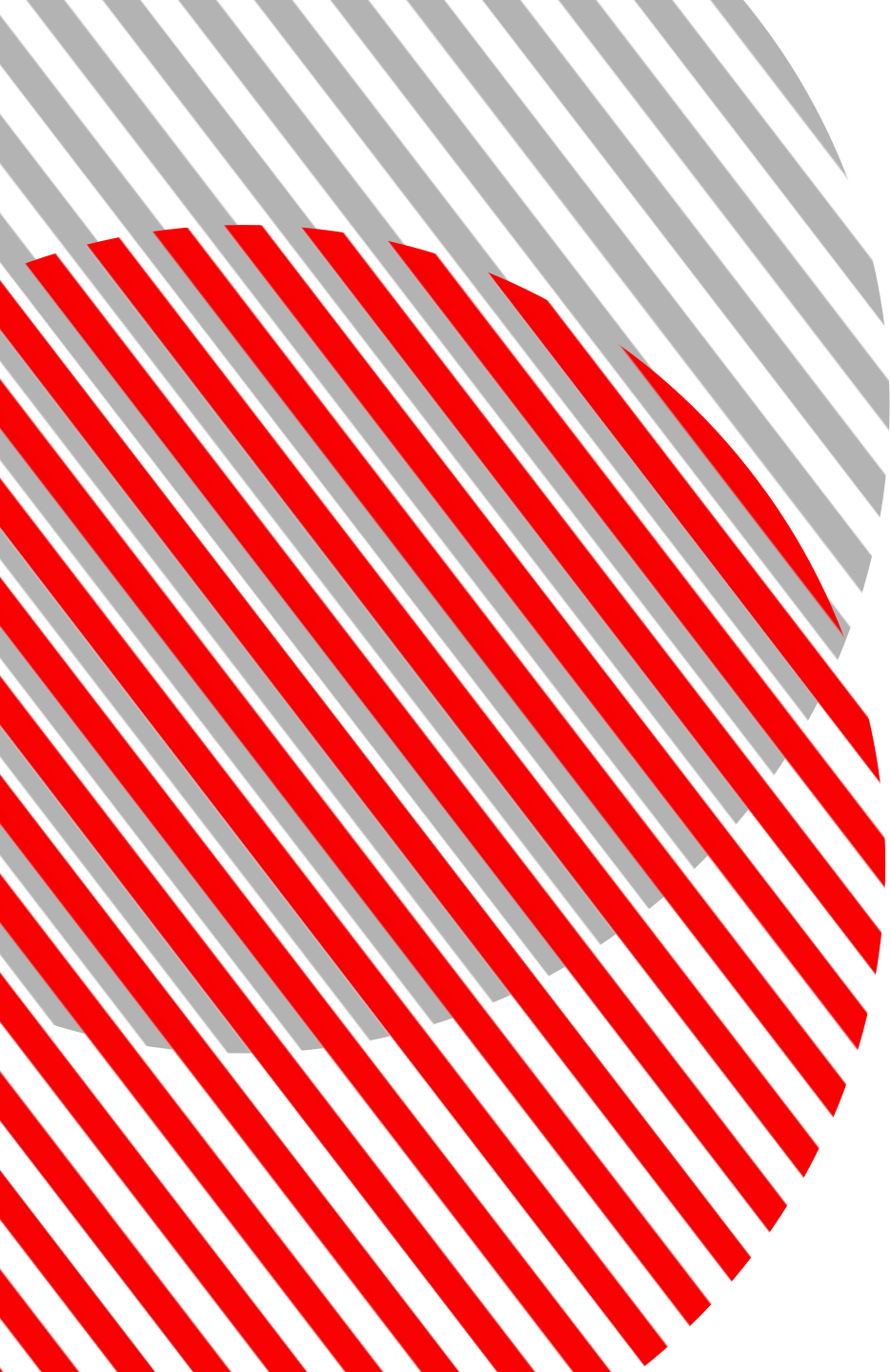
# Korzyści dla wszystkich



Nastał historyczny moment kiedy  
cały rynek może wspólnie  
opracować nowy standard  
pomiaru konsumpcji mediów.







# TELEMETRIA POLSKA

**DZIĘKUJEMY!**

*Wszystkie znaki towarowe, logotypy, nazwy handlowe, produktowe użyte w niniejszej prezentacji są własnością ich prawowitych właścicieli i zostały umieszczone w niej jedynie w celach informacyjnych.*