

BIURO PROGRAMOWE
DZIAŁ OCEN I ANALIZ PROGRAMOWYCH

„KUPOWANIE NA EKRANIE” w TELEGAZECIE.

- * Dwie piąte respondentów (40%) ma możliwość odbioru teletekstu, a ponad połowa z nich (54%) przegląda Telegazetę przynajmniej raz w tygodniu,
- * Niespełna jedna trzecia (29%) czytelników Telegazety przeglądało kiedykolwiek dział Kupowanie na ekranie, przy czym połowa z nich (51%) uznała oferty zamieszczane w tym dziale za atrakcyjne.

Warszawa, styczeń 1996 rok

W dniach 13 - 17 grudnia 1995 roku OBOP na zlecenie Biura Programowego przeprowadził badanie dotyczące zainteresowania działem Telegazety „Kupowanie na ekranie”. Sondaż przeprowadzono na 1103 - osobowej, reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski powyżej 15 roku życia.¹

ODBIORCY TELEGAZETY

Dwie piąte dorosłych Polaków (40%) posiada w domu Telewizor przystosowany do odbioru teletekstu.

Spośród osób mających dostęp do teletekstu ponad połowa (54%) przegląda Telegazetę przynajmniej raz w tygodniu. Poniżej zamieszczamy szczegółowe dane:

Czy ogląda Pan(i) Telegazetę nadawaną w telewizji publicznej?	wśród posiadaczy telewizorów z teletekstem n = 447	wśród ogółu badanych N = 1103
1. tak, codziennie	14	6
2. tak, 3 - 6 razy w tygodniu	13	5
3. tak, 1 - 2 razy w tygodniu	27	11
4. tak, rzadziej niż raz w tygodniu	20	8
5. nie korzystam z Telegazety	26	10
6. nie mam telewizora z teletekstem	-	60

ZAINTERESOWANIE DZIAŁEM „KUPOWANIE NA EKRANIE”

Wszystkich respondentów nawet nieregularnie czytających Telegazetę zapytano, czy przeglądają również dział „Kupowanie na ekranie”. Kiedykolwiek przeglądała ten dział niespełna jedna trzecia czytelników Telegazety (29%). Oto dane:

¹ Błąd statystyczny dla tej wielkości próby wynosi $\pm 3\%$.

dane w%

Czy kiedykolwiek przeglądał(a) Pan(i) dział Kupowanie na ekranie?	wśród osób czytających Telegazetę n = 328	wśród ogółu badanych N = 1103
1. tak	29	10
2. nie	69	20
3. nie pamiętam	2	0
4. nie mam telewizora z teletekstem lub nie czytam Telegazety	-	70

Połowa respondentów (51%), która kiedyś widziała oferty w dziale „Kupowanie na ekranie” uważa, że są one atrakcyjne.

<i>Oferty przedstawiane w dziale „Kupowanie na ekranie” są:</i>	
n = 96	
- bardzo atrakcyjne	6%
- raczej atrakcyjne	45%
- raczej nieatrakcyjne	31%
- zupełnie nieatrakcyjne	10%
- <i>brak opinii</i>	8%

Niewiele, bo 7%, czytelników „Kupowanie na ekranie” skorzystało z oferty tego działu i kupiło jakiś towar w niej proponowany. Zdecydowana większość (87%) nigdy nie skorzystała z tych propozycji, natomiast 6% badanych miało zamiar dokonać zakupu reklamowanego w tym dziale towaru, ale im się to nie udało.

opr. D. Grzelak