

KNOWLEDGEPANEL®

**Panel probabilistyczny –
nowe narzędzie gromadzenia
danych w badaniach
społecznych**

Joanna Skrzyńska
MET2023
3 lipca 2023

GAME CHANGERS



Jesteśmy otoczeni ogromem danych. Często słabej jakości.

W niepewnym i szybko zmieniającym się świecie do podejmowania właściwych decyzji potrzebujemy pewnych, wysokiej jakości danych.

PROBLEM:

Uzyskanie precyzyjnych i reprezentatywnych danych populacyjnych jest coraz trudniejsze – powolne i bardzo kosztowne.



RYNEK BADAŃ WEDŁUG DANYCH PTBRIO (WYBRANE TECHNIKI)













<https://insightmap.pl/rankingi/zestawienia-ogolne/>

Dane PTBRiO	2021 liczba badanych	2021 udział %	2017 udział %
CAWI	7 099 089	57%	53%
CATI	2 116 518	17%	21%
F2F w domach	277 867	2%	9%

**Łącznie z innymi
technikami ponad
12,5 mln**

TRADYCYJNE TECHNIKI BADAWCZE

Przeważnie wybór techniki determinowany jest przez budżet. Badania face-to-face droższą (w szczególności próby losowe) i mało kogo na nie stać.

	BADANIA FACE-TO-FACE	BADANIA TELEFONICZNE	BADANIA ONLINE
 Reprezentatywność			
 Czas			
 Koszty			

JAKA JEST PRZYSZŁOŚĆ REALIZACJI BADAŃ SPOŁECZNYCH?



Ponieważ ankiety face-to-face stają się coraz trudniejsze w realizacji, panele probabilistyczne prawdopodobnie odegrają kluczową rolę w przyszłości gromadzenia danych dla nauk społecznych.

Profesor Rory Fitzgerald, dyrektor European Social Survey ERIC

PANEL PROBABILISTYCZNY – ŁĄCZY ATUTY INNYCH METOD

Stworzenie panelu reprezentatywnej próby populacji w celu analizy i wnioskowania na temat całej populacji

- Uczestnikiem panelu probabilistycznego może być wyłącznie osoba, która została zaproszona/wylosowana do udziału w nim.
 - Tak jak w badaniu na PESELu, czy w badaniu telefonicznym. Inaczej niż w tradycyjnych panelach online – **nie ma self-selection bias**.
- Paneliści korzystający z Internetu wypełniają ankiety w wygodny dla siebie sposób – na telefonie, na komputerze, w dogodnym momencie.
- **Ograniczamy coverage error** – do panelistów, którzy nie korzystają z Internetu dociera się w inny sposób np. poprzez wywiad telefoniczny.

PANEL PROBABILISTYCZNY



Reprezentatywność



Czas



Koszty



KNOWLEDGEPANEL® – PANEL PROBABILISTYCZNY IPSOSA

1999

- Uruchomienie KnowledgePanelu w **Stanach Zjednoczonych**
- **60 tys.** aktywnych panelistów
- **2 tys.** zmiennych profilujących

THE LANCET



Pew Research Center

The Washington Post

Google

2020

- Uruchomienie KnowledgePanelu w **Wielkiej Brytanii**
- **25 tys.** aktywnych panelistów

2021

- Praca nad uruchomieniem KnowledgePanelu w kolejnych **europejskich krajach** (m.in. Polska, Francja, Niemcy, Szwecja)

GŁÓWNE ZALETY NASZEGO PANELU PROBABILISTYCZNEGO

**1. LOSOWY DOBÓR
PRÓBY WEDŁUG
STANDARDÓW
POSZCZEGÓLNYCH
KRAJU**

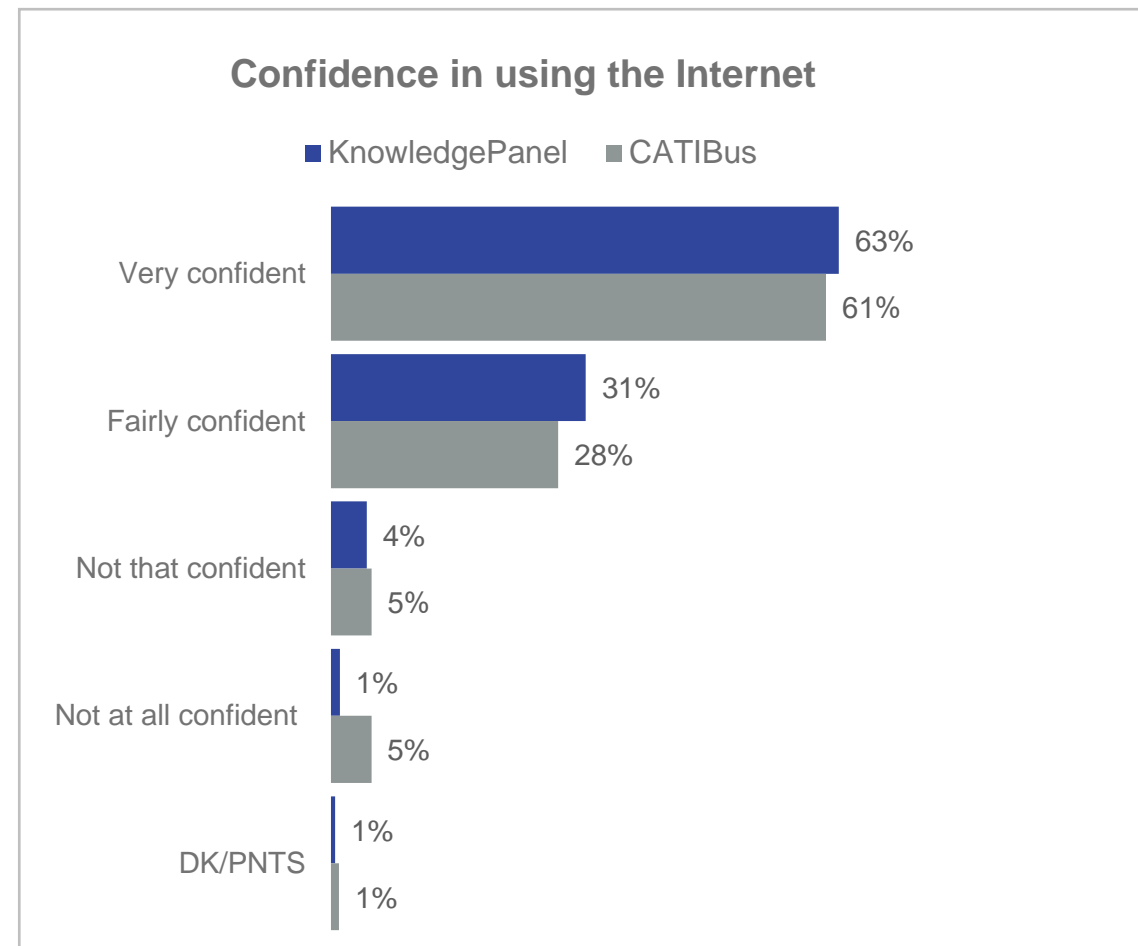
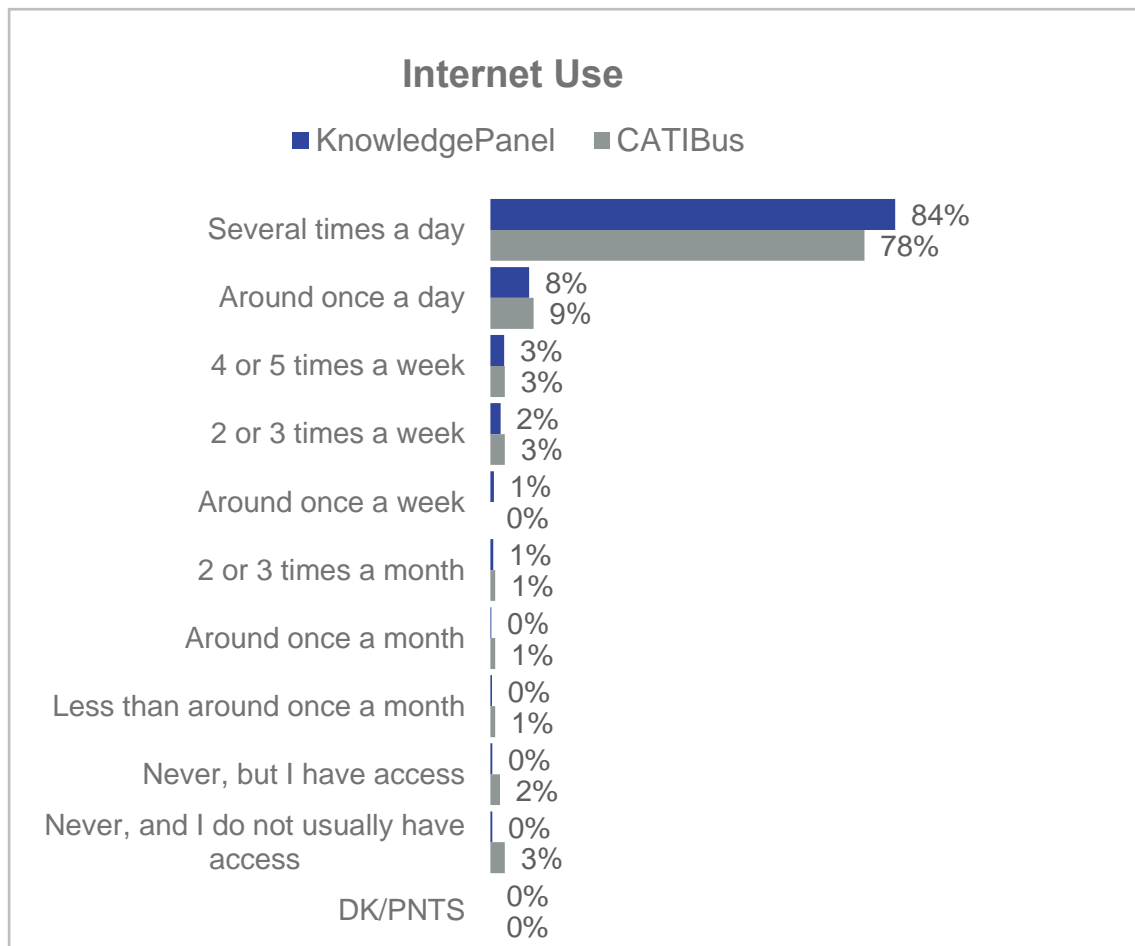


**3. PODEJŚCIE
EVIDENCE-BASED**

**2. INKLUZYWNOŚĆ –
DAŻENIE DO
WŁĄCZANIA OSÓB, DO
KTÓRYCH TRUDNO
DOTRZEĆ**

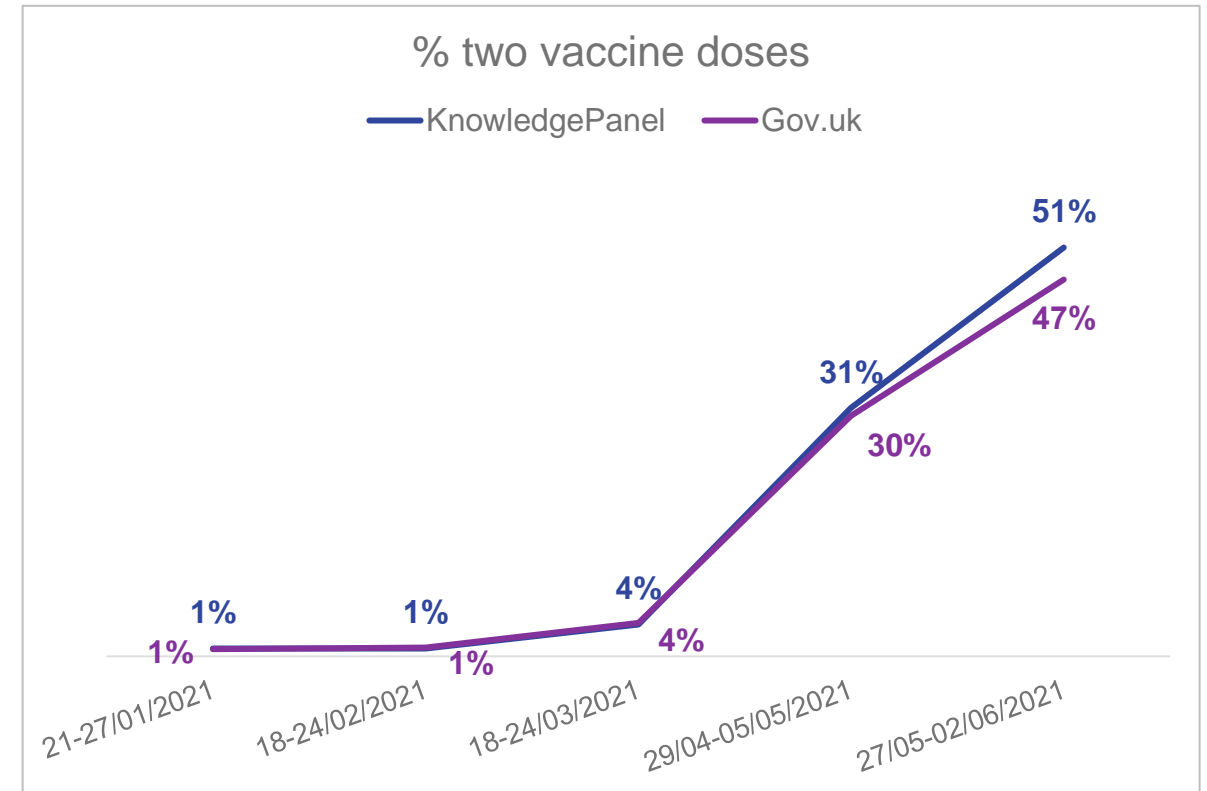
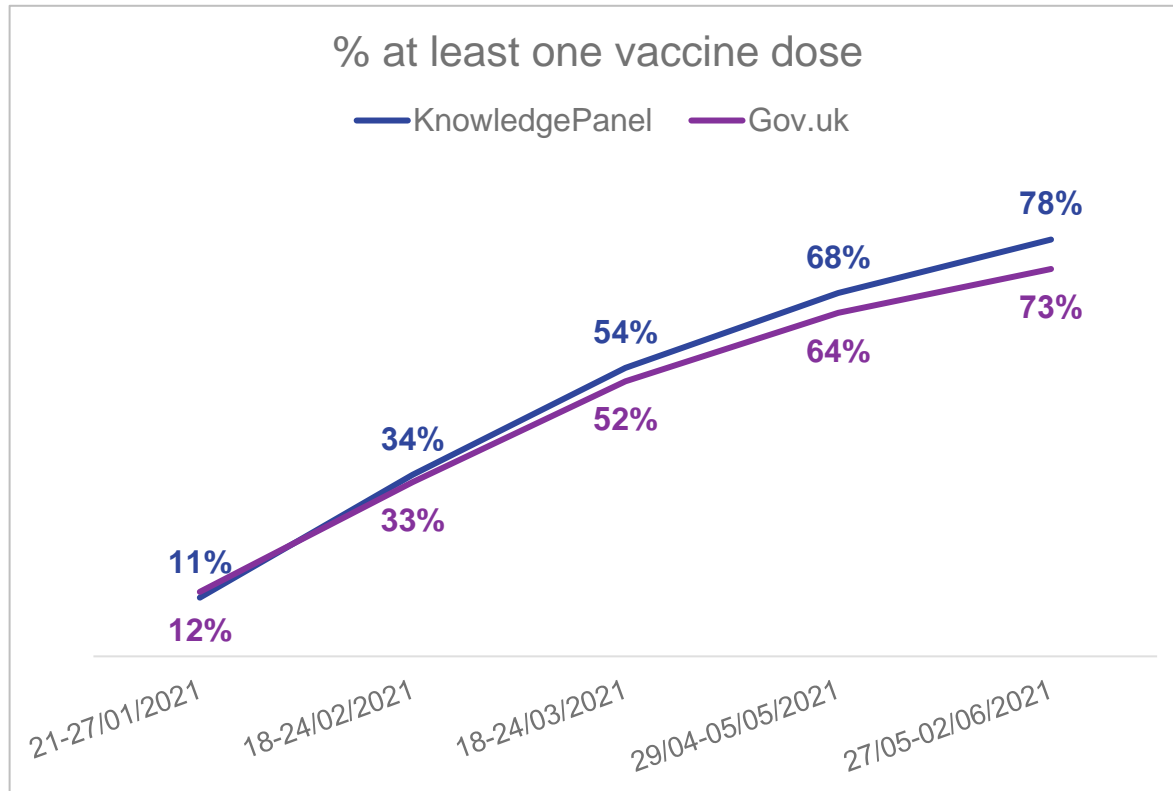


CZY UCZESTNICY KNOWLEDGEPANEL® SĄ BARDZIEJ ZAAWANSOWANI UŻYTKOWANIU W INTERNETU?



Source: UK KnowledgePanel survey, 13,473 UK adults aged 16+, 14-20 July 2022; CATIBus. 1,052 UK adults 16+, 10-16 August 2022.

POZIOM ZGODNOŚCI Z OFICJALNYMI STATYSTYKAMI RZĄDU DOTYCZĄCYMI STOPNIA SZCZEPIEŃ PRZECIWKO COVID-19

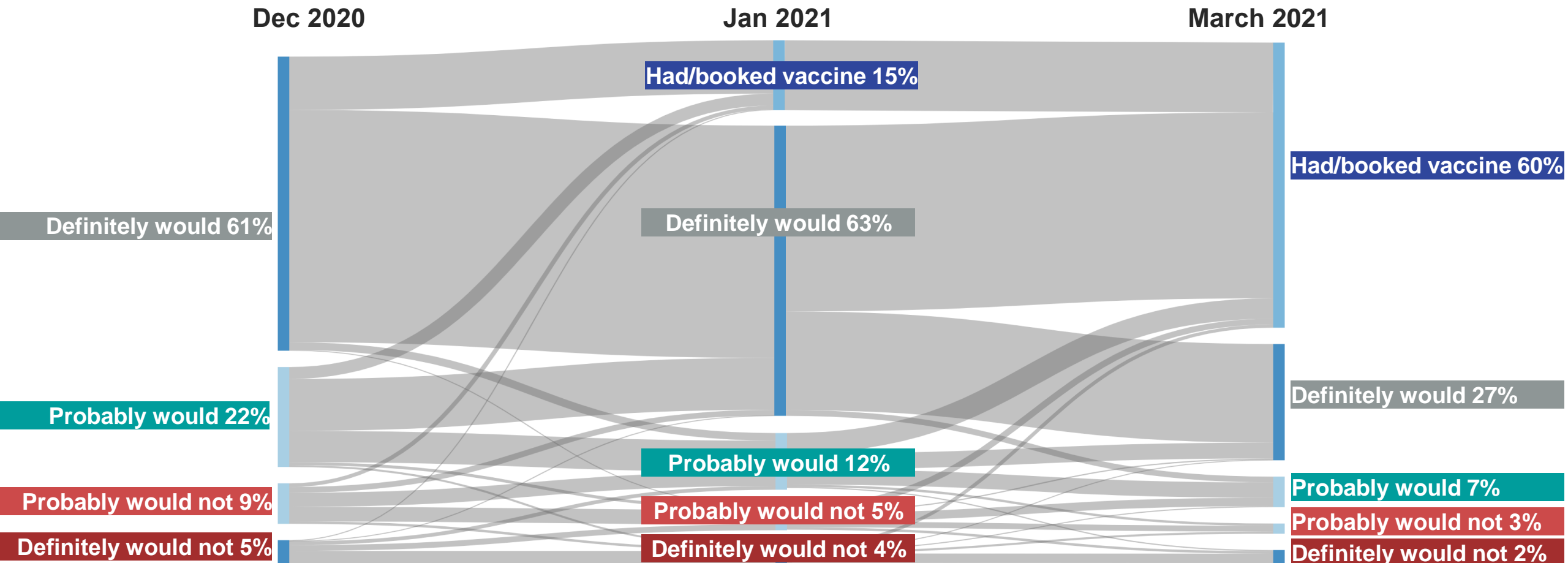


UK KnowledgePanel surveys, UK 16+; Gov UK statistics, 16+. <https://coronavirus.data.gov.uk/details/vaccinations>

ANALIZA NASTAWIENIA WOBEC SZCZEPIEŃ W UJĘCIU PODŁUŻNYM



If a vaccine against COVID-19 was available for anyone who wanted it, how likely or unlikely would you be to take the vaccine?



JAKOŚCIOWE DANE OD OSÓB, KTÓRE ZMIENIŁY ZDANIE NA TEMAT SZCZEPIENIA SIĘ



In previous surveys, you mentioned that you probably would not or definitely would not take the vaccine. What has persuaded you to change your mind? Why have you taken the vaccine, or are now more likely to take the vaccine in the future? Please provide as much detail as possible

Travel and vaccine passports *I would take that vaccine to be sure that I could travel and take advantage of other opportunities that may only be available to vaccinated people. However I would still prefer to have an antibody test first.* Female, White, 48

Evidence of impact and effectiveness *I didn't think I would need it. I still don't think I need it. But it is now clear I will help others by having it.* Male, 49, White

Pressure from others *Moral pressure from family members, the theory that I would be less likely to pass the virus to others.* Female, 62, White

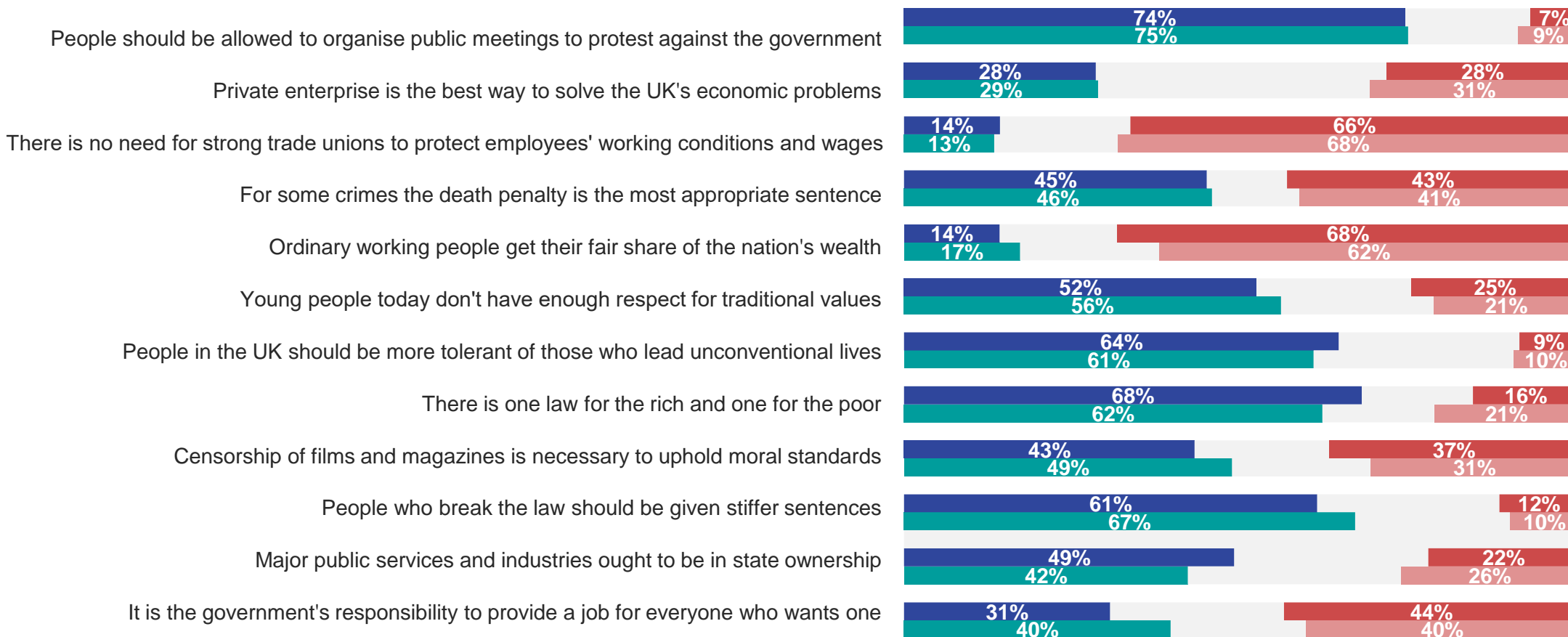
Benefits emerge over time *Time has eased my concerns. As more people are vaccinated around the world and locally I feel more comfortable. I didn't ever think I would out right say no to a vaccine but I wasn't jumping up to be first in line. Now I'm at a point where I would happily get it tomorrow.* Female, Pakistani, 32

Base: 278 UK adults 16+ who had changed their views on COVID-19 to be more positive, KnowledgePanel online survey, 18-24 March 2021

POZIOM ZGODNOŚCI WYNIKÓW Z BRYTYJSKIM SONDAŻEM WYBORCZYM 2019/20



■ % agree KP, Dec 2020 ■ % disagree KP, Dec 2020
■ % agree BES 2019/20 ■ % disagree BES 2019/20



UK KnowledgePanel survey, 18+, UK, 26 November -02 December 2020; British Election Study probability study, face-to-face and postal push-to-web 2019/20, 18+, UK, January – July 2020

KNOWLEDGE PANEL® W POLSCE

Rekrutacja | realizacja badań | aktualna struktura

- Rekrutacja telefoniczna – RDD
- Paneliści korzystający z Internetu – wypełnianie ankiet online
- Paneliści niekorzystający z Internetu (offlinersi) – ankiety telefoniczne
- Liczba panelistów: ponad 2130
 - W tym offlinersów: 310 (15%)
- Istotne niedoreprezentacje:
 - Osoby najmłodsze / najstarsze
 - Mieszkańcy wsi
 - Osoby z wykształceniem podstawowym

		KnowledgePanel® %	Eurostat 2021 -population 16+ %	Diff (pp)
Female	16_24	2,7%	5,2%	-2,5
	25_34	9,2%	8,1%	1,2
	35_44	10,5%	9,6%	1
	45_54	8,9%	7,7%	1,1
	55_64	5,9%	8,2%	-2,3
	65_122	7,5%	13,5%	-5,9
	Male	16_24	4,1%	5,5%
25_34		11,2%	8,4%	2,9
35_44		12,8%	9,8%	3
45_54		10,5%	7,7%	2,8
55_64		7,4%	7,5%	-0,1
65_122		8,0%	8,9%	-0,9
In another way		0,20%		
Prefer not to answer	1,00%			
Total	100,00%	100,00%		

KNOWLEDGE PANEL® W POLSCE – NASZE PLANY I WYZWANIA NA 2023

- Praca nad strukturą panelu
 - Rekrutacja w oparciu o PESEL
- Utrzymywanie zaangażowania zrekrutowanych panelistów (ankiety zaangażowaniowe)
 - Jesteśmy otwarci na współpracę
- Proof of concept
- **Wprowadzenie KnowledgePanel® na polski rynek**

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

JOANNA SKRZYŃSKA

Liderka zespołu badań społeczno-politycznych

✉ joanna.skrzynska@ipsos.com

☎ 505 441 321

GAME CHANGERS



**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

GAME CHANGERS

