



Mediální
výzkumy



MML-TGI



Software



Ad-hoc
výzkumy



Vývoj
technologií

Sněmovní volební model MEDIAN

LEDEN 2015

VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ A VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, VÝVOJ SOFTWARE

Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9,

tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101

e-mail: median@median.cz

www.median.cz

OFICIÁLNÍ PARTNER:

KANTAR MEDIA GROUP PRO ČR A SR

SNĚMOVNÍ VOLEBNÍ MODEL MEDIAN

Společnost MEDIAN kontinuálně zkoumá podporu českých politických stran a vydává nezávislý **volební model pro volby do Poslanecké sněmovny parlamentu ČR**. Přidanou hodnotou našeho volebního výzkumu je mimo jiné, že:

- Náš vzorek je **reprezentativní (odpovídá struktuře populace) nejen z hlediska základních sociodemografií** (věk, pohlaví, kraj, vzdělání, velikost obce), **ale i podle dalších socioekonomických ukazatelů** výrazně ovlivňujících volební preference a minulého volebního chování respondentů.
- **Volební model nezanedbává respondenty, kteří váhají mezi několika stranami**, jako „nerozhodnuté“, ani je nenutí do výběru jedné strany, který je velmi nestabilní a specifický (např. výběr nejznámější strany, přijatelné strany, strany s největší aktuální kampaní). **Volební model zahrnuje u váhajících respondentů všechny vážně zvažované strany s intenzitou, která zohledňuje sílu příklonu k jednotlivým stranám.** Konstrukce volebního modelu přihlíží k vývojovým trendům podpory stran.
- **Dotazování probíhá v náhodně vybraných oblastech ČR.** Tazatel nerealizuje kvótní předpis v místě svého bydliště, ale v předepsané náhodně vybrané oblasti, čímž se redukuje závislost struktury vzorku na charakteru tazatelské sítě.
- **Výzkum prochází striktními kontrolami** při nichž jsou mimo jiné **poslouchány záznamy rozhovorů všech zúčastněných tazatelů**, takže je vyloučeno falšování rozhovorů.

METODIKA VÝZKUMU

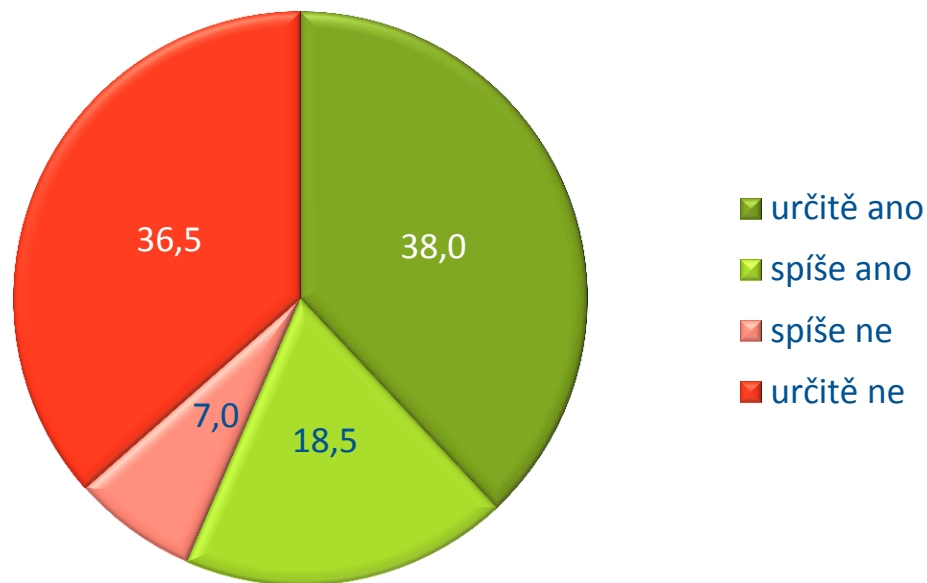
Velikost vzorku	1 046 respondentů ve věku 18 a více let
Termín dotazování	6. ledna– 6. února 2015 (střední den sběru = 22.1.2015)
Metoda sběru dat	osobní dotazování vyškolenými tazateli v domácnostech respondentů
Heterogenita vzorku	sběr rozhovorů provádělo více než 100 tazatelů ve více než 70 okresech ČR
Výběr respondentů	kvótní výběr v náhodně vybraných oblastech ČR
Reprezentativita	výzkum je reprezentativní pro populaci ČR 18+ podle: • základních sociodemografií (kraje, věku, pohlaví, vzdělání, velikosti obce) a dalších ukazatelů ovlivňujících volební preference (např. socioekonomických) • vážení dat zohledňuje i reprezentativitu z hlediska minulého volebního chování
Realizátor a zadavatel	nezávislý výzkum realizuje společnost MEDIAN s.r.o. (člen SIMAR) bez zadavatele

PŘEDPOKLÁDANÁ VOLEBNÍ ÚČAST

LEDEN 2015

Počet respondentů, z kterých vychází graf:
N = 1046 respondentů (oprávnění voliči)

% respondentů

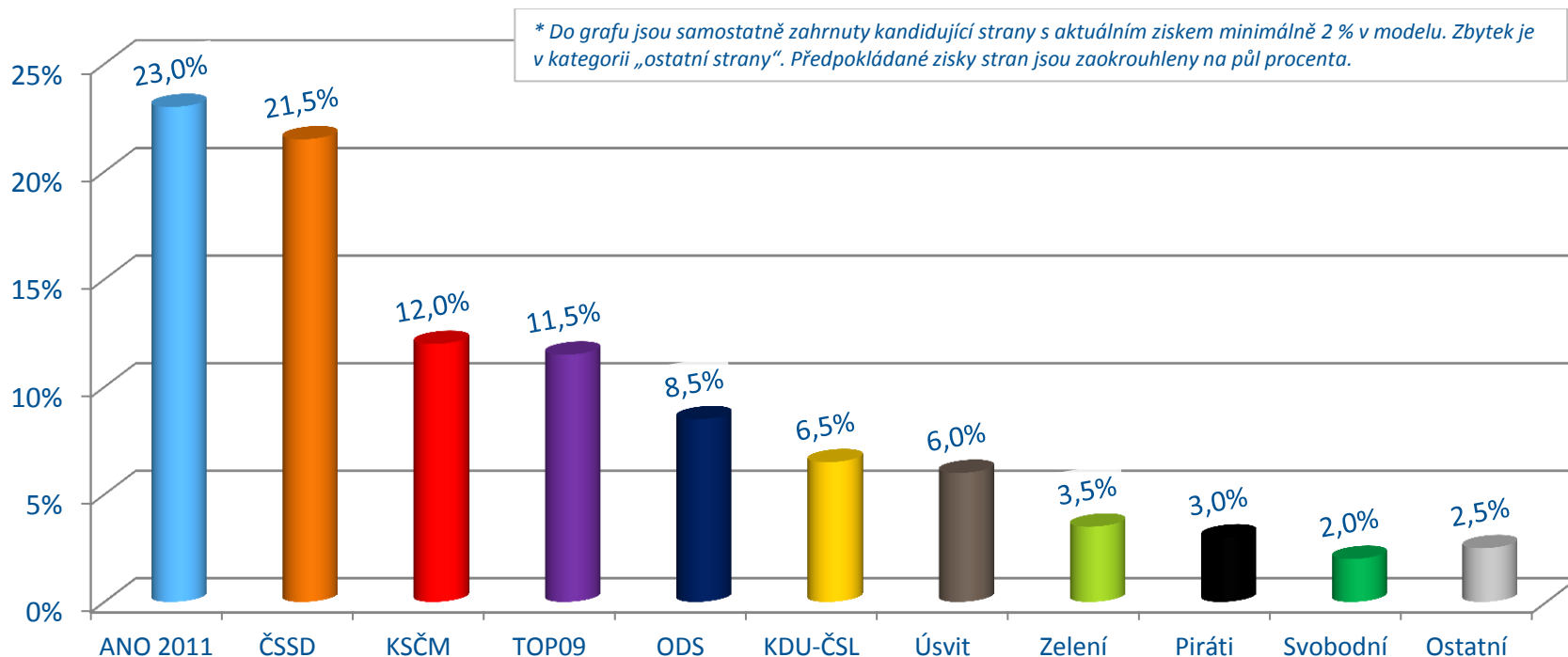


Účast u hypotetických voleb do Poslanecké sněmovny v současnosti avizuje 56,5 % voličů. Před říjnovými volbami do Sněmovny přitom účast ve výzkumu MEDIAN deklarovalo 60 % voličů, což se takřka naplnilo (reálná účast byla 59,5 %). Lze tedy předpokládat, že při hypotetickém aktuálním konání voleb by účast oproti posledním volbám spíše poklesla.

SNĚMOVNÍ VOLEBNÍ MODEL

LEDEN 2015

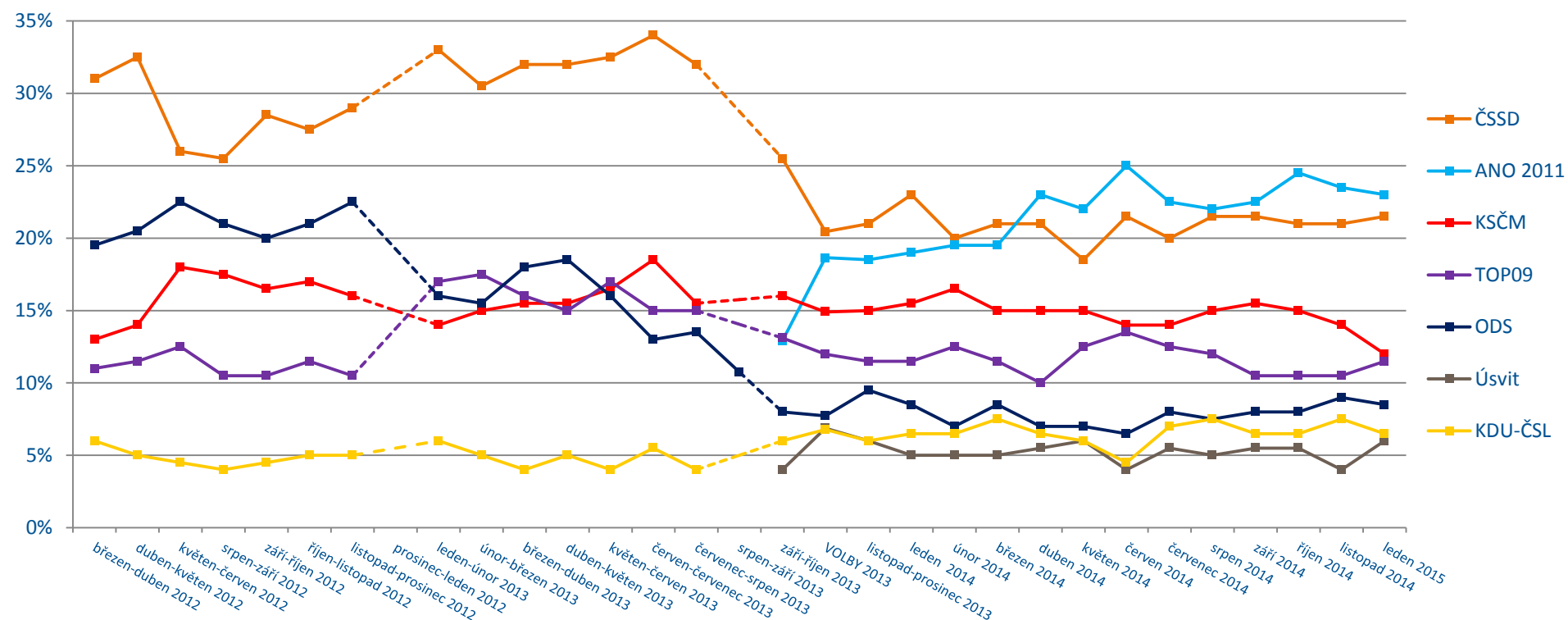
Volební model zobrazuje odhad nejpravděpodobnějšího rozvržení podpory stran v hypotetických volbách do Sněmovny, pokud by se konaly v době dotazování. Volební model zohledňuje odlišnou míru pravděpodobnosti účasti respondentů u voleb (dle deklarované ochoty k účasti). U rozhodnutých voličů model zahrnuje hlavní preferovanou stranu, u váhajících zahrnuje všechny zvažované strany s intenzitou, která zohledňuje sílu příklonu k jednotlivým stranám.



STATISTICKÁ ODCHYLKA činí +/- 1 % u malých stran až +/- 3 % u největších stran.

VÝVOJ VOLEBNÍHO MODELU

JARO 2012 – JARO 2015



Pozice hlavních dvou stran ve volebním modelu MEDIAN se ustálila – favoritem voleb by v současnosti bylo hnutí ANO, před ČSSD si ovšem udržuje poměrně omezený náskok (1,5 procentních bodů). Ve srovnání s předcházejícím obdobím mírně posílila TOP 09 a také hnutí Úsvit – hypoteticky díky tématu Islámu a imigrace, jehož sílu posílaly útoky v Paříži.

* Ve vývojovém grafu jsou zobrazeny strany, které se dlouhodobě pohybují okolo či nad hranicí 5 %.

** V období Vánoc dotazování neprobíhá.

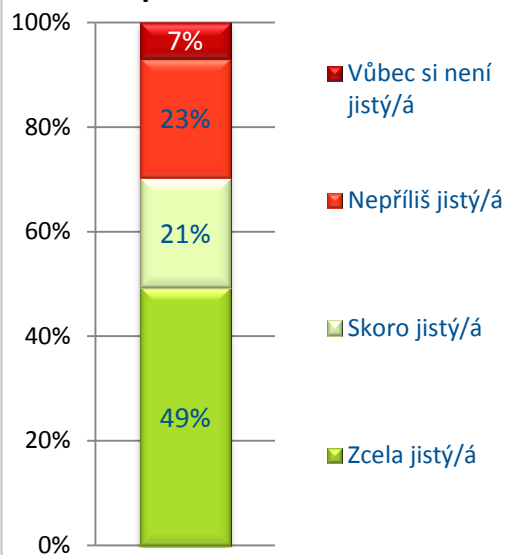
PEVNOST ROZHODNUTÍ PRAVDĚPODOBNÝCH VOLIČŮ

LEDEN 2015

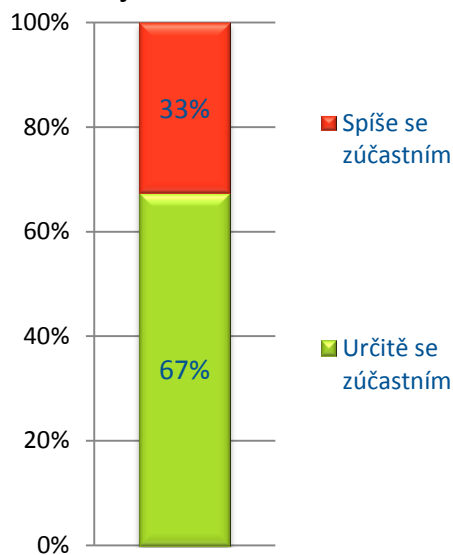
Analýza zobrazuje, nakolik pevně jsou pravděpodobní voliči (avizující účast u voleb) rozhodnutí volit aktuálně preferovanou / deklarovanou stranu (GRAF 1). Tento údaj je dále porovnáván s pevností rozhodnutí o samotné volební účasti mezi pravděpodobnými voliči (GRAF 2). Výsledkem je pak **celkové hodnocení pevnosti volebního rozhodnutí mezi pravděpodobnými voliči** (GRAF 3).

Grafy zobrazují % z pravděpodobných voličů (tj. z respondentů avizujících určitě či spíše účast u voleb).

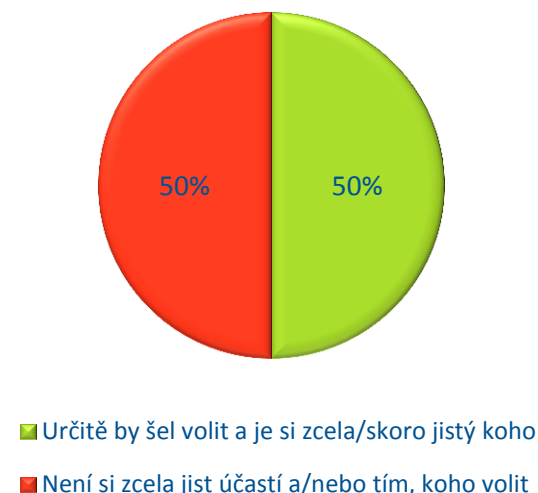
GRAF 1. Pevnost rozhodnutí volit vybranou stranu



GRAF 2. Pevnost rozhodnutí jít k volbám



GRAF 3. Celková pevnost volebního rozhodnutí

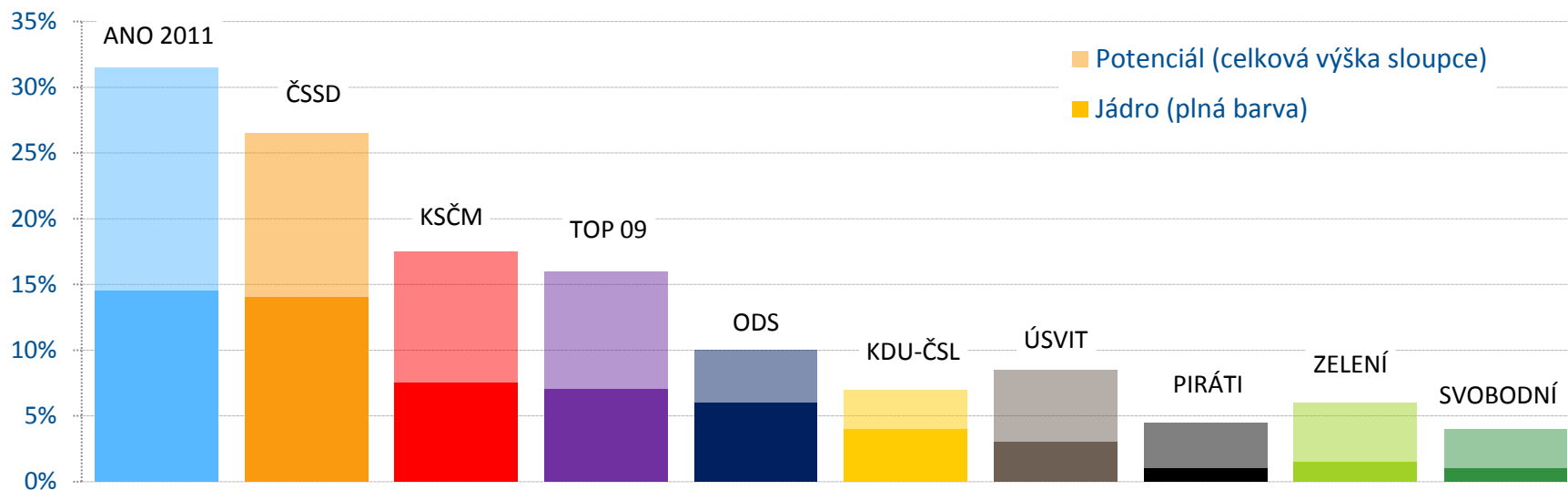


Polovina (50 %) pravděpodobných voličů (*deklarují určitě či spíše účast u voleb*) je o svém chování v hypotetických volbách do Sněmovny přesvědčena. Zbýlá polovina si není jista účastí či výběrem strany. Lze tedy předpokládat, že volební nálady se mohou v následujících měsících výrazněji měnit.

VOLEBNÍ JÁDRA A POTENCIÁL STRAN

LEDEN 2015

Kromě volebního modelu (odhadem nejpravděpodobnějšího výsledku v hypotetických aktuálních volbách) MEDIAN publikuje i další volební ukazatele. **VOLEBNÍ JÁDRO** u každé strany ukazuje, kolik % hlasů by aktuálně získala, pokud by ji volili jen pevní voliči (jistí si účastí i výběrem dané strany). Aktuální **VOLEBNÍ POTENCIÁL** u každé strany ukazuje, kolik % hlasů by mohla aktuálně hypoteticky získat, pokud by ji volili všichni, kteří její volbu vážně zvažují a nevylučují účast u voleb. Ukazatele **VOLEBNÍHO JÁDRA** a **POTENCIÁLU** je třeba chápat pro každou stranu odděleně. U každé totiž vytváří samostatný scénář nejhoršího a nejpozitivnějšího možného finálního rozhodnutí voličů.



Nejvyšší volební potenciál má aktuálně hnutí ANO. V případě zisku všech voličů, kteří stranu reálně zvažují a nevylučují účast, by útočilo až na zisk 31 %. Volební potenciál ČSSD se pohybuje okolo 26 %. Voličská jádra pravicových stran (ODS, TOP09) jsou srovnatelná, ale TOP09 stále přesvědčuje více váhajících a nezakotvených voličů. Úsvit posílil svůj volební potenciál – hypoteticky díky oslovení části voličů tématem islamizace rezonující po útocích v Paříži. O jeho volbě začali uvažovat mimo jiné někteří voliči KSČM, kteří se tím přesunuly z volebního jádra strany mezi volnější voliče. Šanci na vstup do Sněmovny nelze díky volebnímu potenciálu okolo 5 % vyloučit ani u Pirátů, Zelených a Svobodných.

STATISTICKÁ ODCHYLKA činí +/- 1,5 % u potenciálu malých stran až +/- 3,5 % u potenciálu největších stran.

DOTAZNÍK

Q01. Zúčastnil(a) byste se voleb do Poslanecké sněmovny, kdyby se konaly nyní?

- 1) Určitě ano
- 2) Spíše ano
- 3) Spíše ne
- 4) Určitě ne

Q02. Kterou stranu nebo hnutí byste asi volil(a), kdyby se volby do Poslanecké sněmovny konaly nyní?

(Otevřená otázka – zápis spontánní odpovědi)

FILTR: Pokud uvedl stranu, kterou by volil (v Q02) a nevylučuje účast (Q01):

Q03. Představte si, že by se v horizontu jednoho měsíce budou konat volby do Poslanecké sněmovny. Nakolik jste si jistý/á, že byste v případě své účasti volil(a) právě tuto stranu?

- 1) Zcela jistý/á - svoje rozhodnutí bych nezměnil(a)
- 2) Skoro jistý/á - muselo by se stát něco neočekávaného, abych rozhodnutí změnil(a)
- 3) Nepříliš jistý/á - rozhodnutí bych mohl(a) změnit
- 4) Vůbec si nejsem jistý/á - rozhoduji se na poslední chvíli

FILTR: Pokud vůbec není rozhodnut(a), koho volit (neuvedl spontánně stranu v Q02), nebo si není jistý vybranou stranou (Q03>2):

Q04. Můžete prosím uvést všechny strany, o jejichž volbě byste uvažoval(a)?

(Výběr z rotujícího seznamu stran – určení pořadí zvažovaných stran)

Q05. Kterou stranu nebo hnutí jste volil(a) při volbách do Poslanecké sněmovny, které proběhly v říjnu 2013?

(Výběr z rotujícího seznamu stran)

INFORMACE O REALIZÁTOROVI VÝZKUMU

O nás

MEDIAN, s.r.o je nezávislá soukromá společnost pro výzkum trhu, médií a veřejného mínění & vývoj analytického a marketingového software.

Společnost působí na trhu od roku 1993 a realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a veřejného mínění, včetně oficiálních mediálních měření a MML-TGI



Garance kvality

MEDIAN je členem odborných sdružení:

SIMAR (www.simar.cz)

ESOMAR
(www.esomar.org)

TGI Network
(www.tgisurveys.com)

American Marketing Association



Kontakt

Daniel Prokop

gsm: 608 333 902

daniel.prokop@median.cz

MEDIAN

Národních hrdinů 73

Praha 9, 190 12

www.median.cz

Tel: + 420 225 301 111



Kontakt na zástupce agentury: Daniel Prokop (daniel.prokop@median.cz, tel: 608 333 902)