



Mediální  
výzkumy



MML-TGI



Software



Ad-hoc  
výzkumy



Vývoj  
technologií

# Sněmovní volební model MEDIAN

## ÚNOR 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](mailto:median@median.cz)

[www.median.cz](http://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 nejnámější 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 volebního chování.
- **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

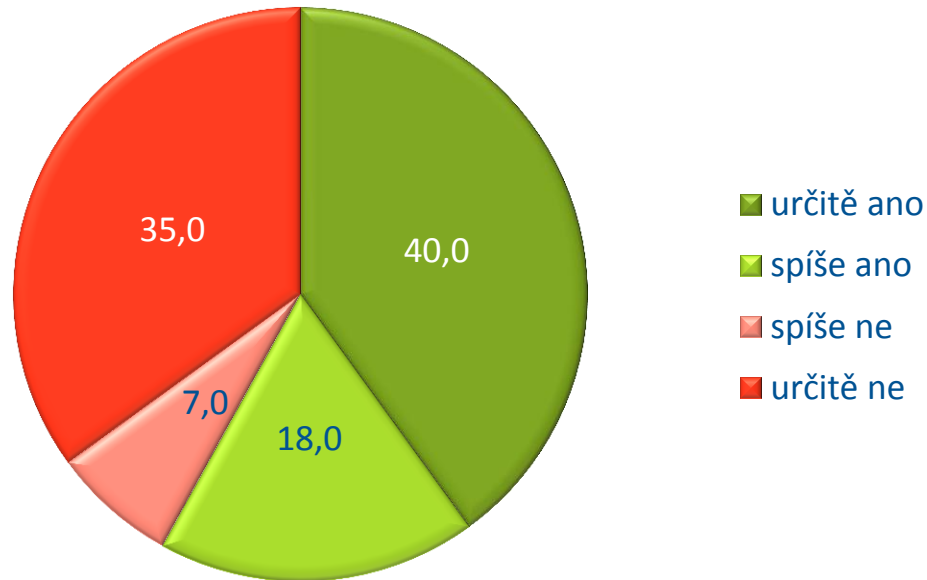
<b>Velikost vzorku</b>	1 090 respondentů ve věku 18 a více let
<b>Termín dotazování</b>	7. února – 7. března 2015 (střední den sběru = 23.2.2015)
<b>Metoda sběru dat</b>	osobní dotazování vyškolenými tazateli v domácnostech respondentů
<b>Heterogenita vzorku</b>	sběr rozhovorů provádělo více než 100 tazatelů ve více než 70 okresech ČR
<b>Výběr respondentů</b>	kvótní výběr v náhodně vybraných oblastech ČR
<b>Reprezentativita</b>	výzkum je reprezentativní pro populaci ČR 18+ podle: <ul style="list-style-type: none"><li>• základních sociodemografií (kraje, věku, pohlaví, vzdělání, velikosti obce) a dalších ukazatelů ovlivňujících volební preference (např. socioekonomických)</li><li>• vážení dat zohledňuje i reprezentativitu z hlediska minulého volebního chování</li></ul>
<b>Realizátor a zadavatel</b>	nezávislý výzkum realizuje společnost MEDIAN s.r.o. (člen SIMAR) bez zadavatele

# PŘEDPOKLÁDANÁ VOLEBNÍ ÚČAST

## ÚNOR 2015

% respondentů

Počet respondentů, z kterých vychází graf:  
N = 1090 respondentů (oprávnění voliči)

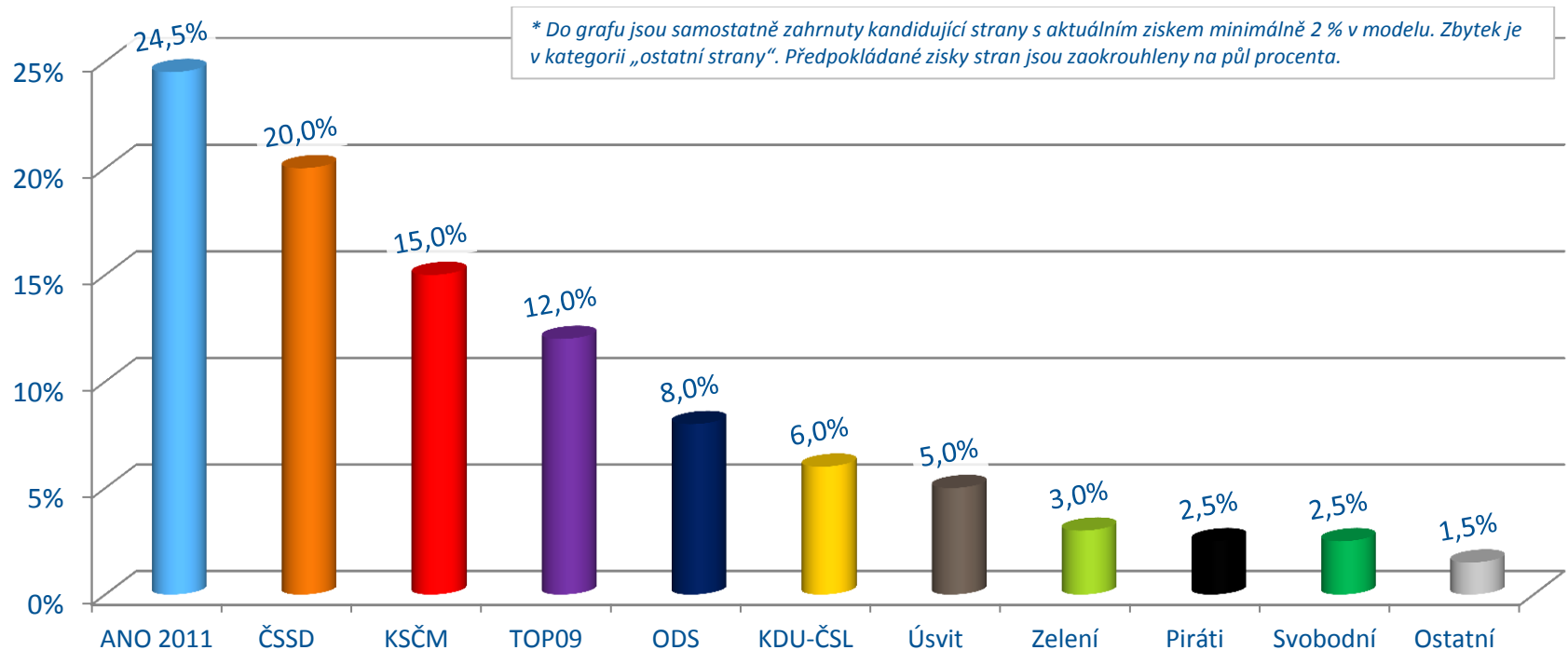


Účast u hypotetických voleb do Poslanecké sněmovny v současnosti avizuje 58 % voličů. Před říjnovými volbami do Sněmovny přitom účast ve výzkumu MEDIAN deklarovalo 60 % voličů, což se takřka naplnilo (reálná účast byla 59,5 %). Lze tedy předpokládat, že při hypotetickém aktuálním konání voleb by účast oproti posledním volbám spíše poklesla.

# SNĚMOVNÍ VOLEBNÍ MODEL

## ÚNOR 2015

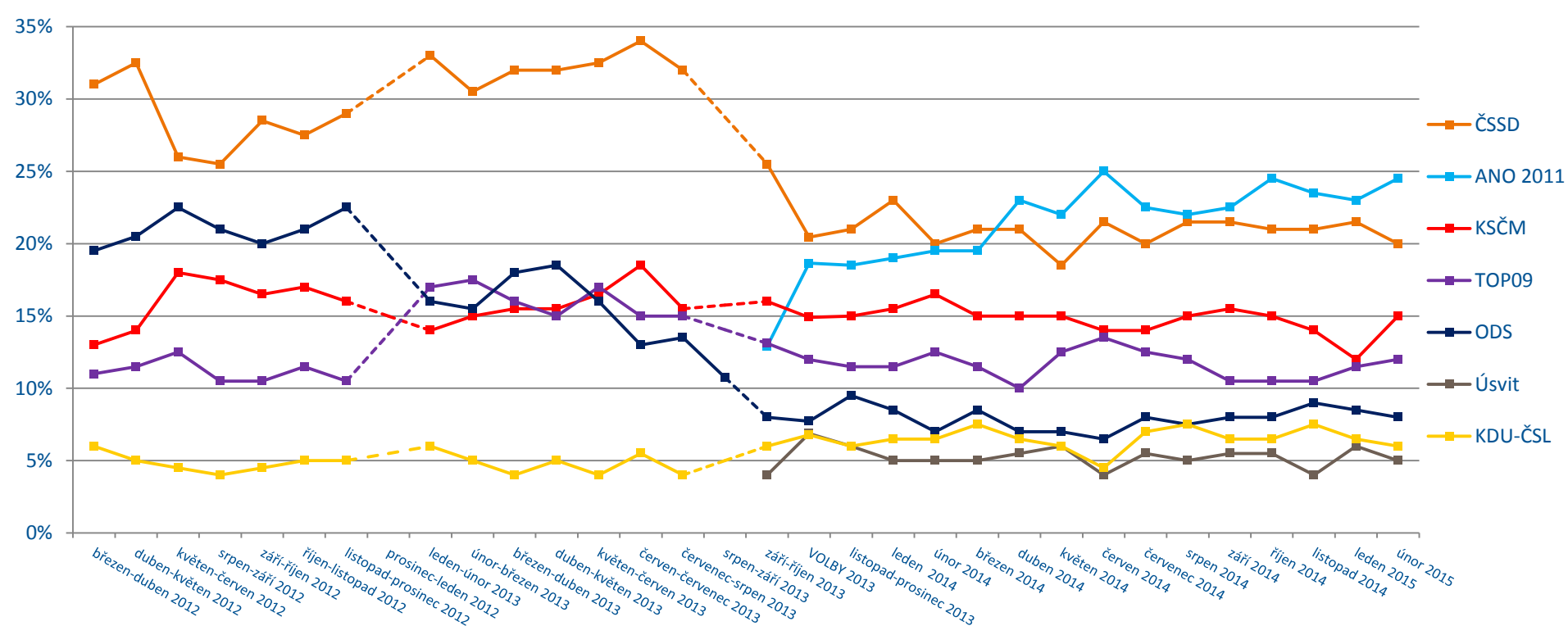
Volební model zobrazuje odhad nejpravděpodobnějšího rozvržení podpory stran v hypotetických volbách do Sněmovny, pokud by se konaly v době dotazování. Volební model zohledňuje odlišnou míru pravděpodobnosti účasti respondentů u voleb (dle deklarované ochoty k účasti). U rozhodnutých voličů model zahrnuje 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



V únoru 2015 lze sledovat mírné odpoutání hnutí ANO a jeho zisku ve volebním modelu od ČSSD – rozdíl 4,5 procentního bodu je největší, který mezi stranami panoval od loňského jara. Za posunem může být náhodná statistická oscilace modelu, ale také reakce veřejného mínění na některé reálné události – např. vyšší medializace hnutí ANO v době kongresu strany či částečný přesun některých levicových voličů od ČSSD ke KSČM (např. v reakci na některá dílčí témata – imigrace, Rusko, vztah s prezidentem Zemanem, apod.)

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

\*\* V období letních Vánoc dotazování neprobíhá.

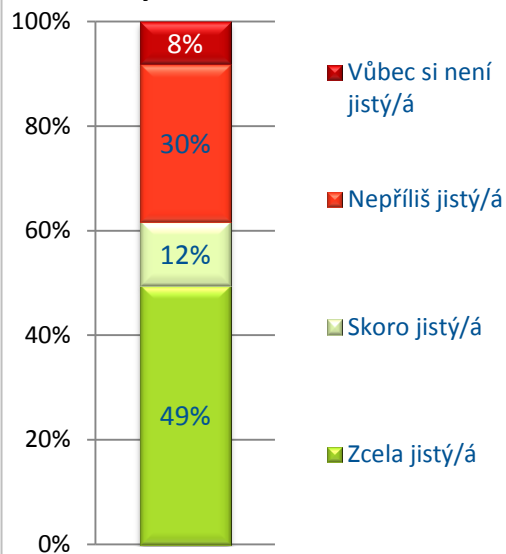
# PEVNOST ROZHODNUTÍ PRAVDĚPODOBŇNÝCH VOLIČŮ

## ÚNOR 2015

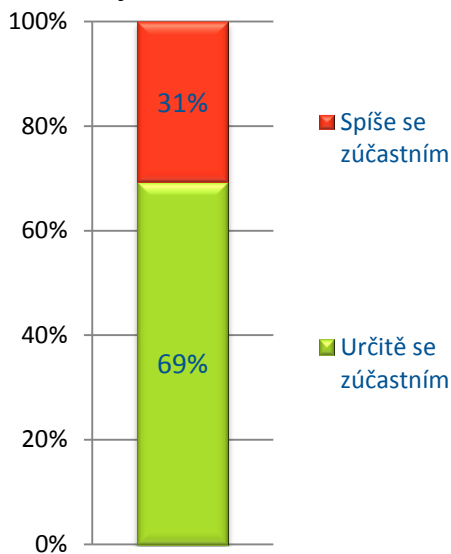
Analyza zobrazuje, nakolik pevně jsou pravděpodobní voliči (avizující účast u voleb) rozhodnutí volit aktuálně preferovanou / deklarovanou stranu (GRAF 1). Tento údaj je dále porovnáván s pevností rozhodnutí o samotné volební účasti mezi pravděpodobnými voliči (GRAF 2). Výsledkem je pak **celkové hodnocení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

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

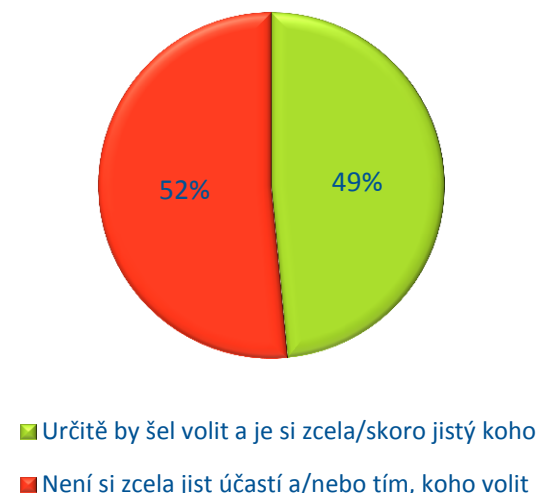
**GRAF 1. Pevnost rozhodnutí volit vybranou stranu**



**GRAF 2. Pevnost rozhodnutí jít k volbám**



**GRAF 3. Celková pevnost volebního rozhodnutí**

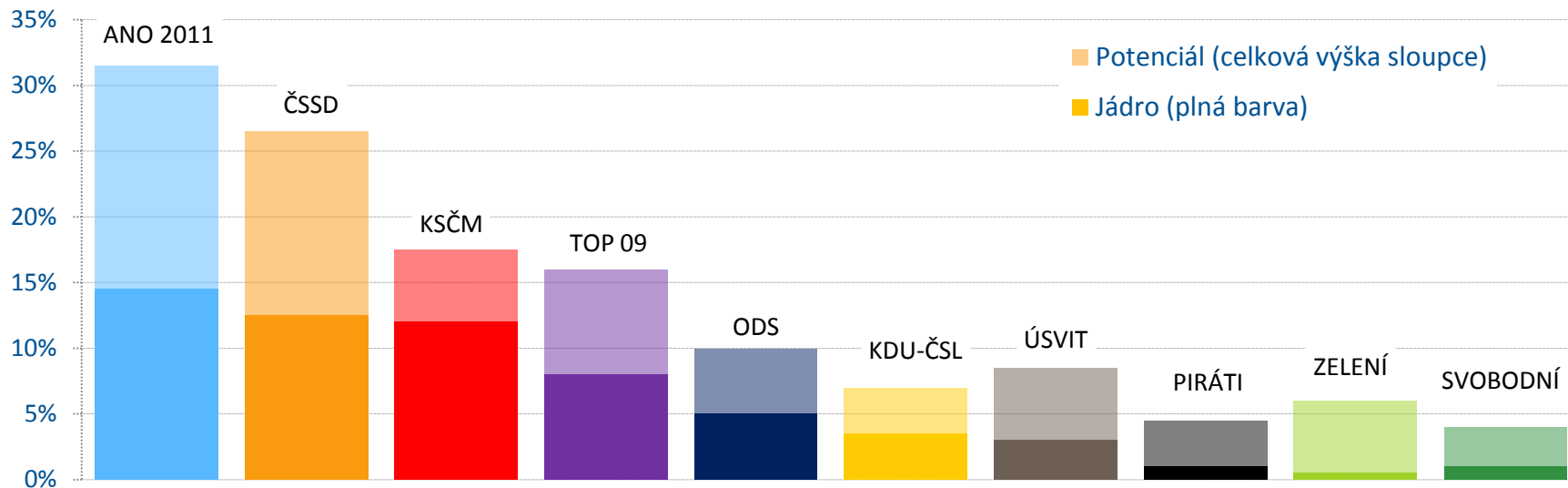


Polovina (49 %) pravděpodobných voličů (*deklarují určitě či spíše účast u voleb*) je o svém chování v hypotetických volbách do Sněmovny přesvědčena. Zbýlá polovina si není jista účastí či výběrem strany. Lze tak předpokládat, že v případě skutečného konání voleb v horizontu několika měsíců, by se podpora stran mohla výrazně měnit.

# VOLEBNÍ JÁDRA A POTENCIÁL STRAN

## ÚNOR 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 nevyklučují 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 nevyklučují účast, by útočilo až na zisk přes 30 %. Volební potenciál ČSSD se pohybuje okolo 26 %. Volební potenciál TOP 09 a KSČM se výrazně neliší, ale pravcová strana má menší jádro přesvědčených voličů. 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 (nevedl 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](http://www.simar.cz))

ESOMAR  
([www.esomar.org](http://www.esomar.org))

TGI Network  
([www.tgisurveys.com](http://www.tgisurveys.com))

American Marketing Association



## Kontakt

Daniel Prokop  
gsm: 608 333 902  
[daniel.prokop@median.cz](mailto:daniel.prokop@median.cz)

MEDIAN  
Národních hrdinů 73  
Praha 9, 190 12  
[www.median.cz](http://www.median.cz)  
Tel: + 420 225 301 111



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