

M E D I A N

VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ a VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, VÝVOJ SOFTWARE

MEDIAN, Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9, tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101, [http: //www.median.cz](http://www.median.cz), e-mail: median@median.cz

oficiální partner KANTAR MEDIA GROUP

pro Českou republiku

TISKOVÁ ZPRÁVA

VOLEBNÍ MODEL, STRANICKÉ PREFERENCE, VÝVOJ VOLIČSKÝCH PREFERENCÍ

říjen 2006

9. listopadu 2006

METODOLOGIE SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT

Realizátor – MEDIAN, s.r.o.

Výzkum trhu, médií a veřejného mínění, vývoj software.

Terénní sběr dat proběhl ve dnech 2.10. - 1.11.2006 stratifikovaným adresním náhodným výběrem.

Respondenti tvoří reprezentativní vzorek populace ČR dle údajů ČSÚ.

Předvolebního průzkumu se zúčastnilo 1345 respondentů starších 18 let.

Metodologie sběru dat – osobní rozhovor tazatele s respondentem, který zaznamenává odpovědi do elektronického dotazníku (notebooku).

Na základě doporučení, které vydalo sdružení SIMAR dne 29.6.2006, jehož je agentura MEDIAN členem, jsou primárně uváděny výsledky **stranických preferencí a volebního modelu**.

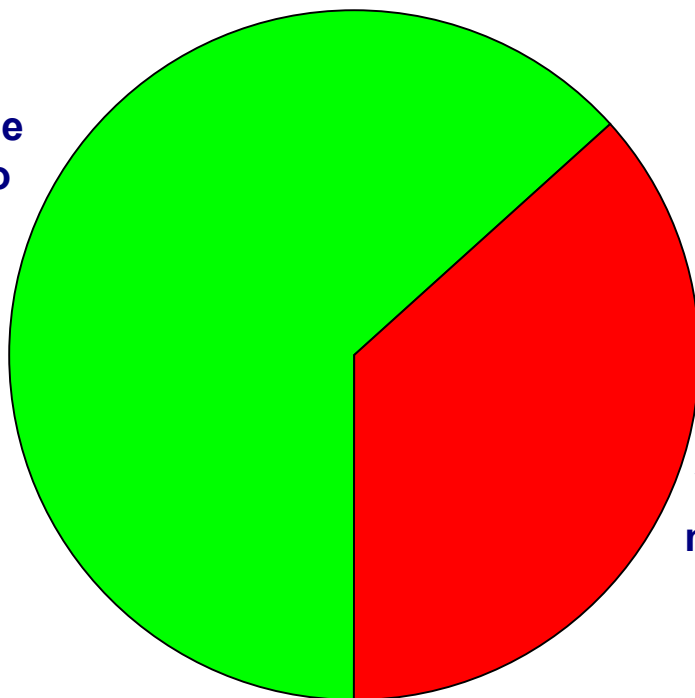
Ve výsledcích je vedle aktuálních preferencí respondentů zohledněna i informace, jak hlasovali v posledních volbách do PSP ČR.

Výsledky reprezentují preference za období, ve kterém proběhlo dotazování, tj. za měsíc ŘÍJEN.

VOLEBNÍ ÚČAST

Z aktuálního průzkumu vyplývá, že v říjnu by se voleb do PSP ČR zúčastnilo 63,4 % oprávněných voličů. V porovnání se zářijovými výsledky MEDIANu takový údaj ukazuje na zvýšenou ochotu voličů zúčastnit se voleb.

**Voleb by se
zúčastnilo
63,4%**



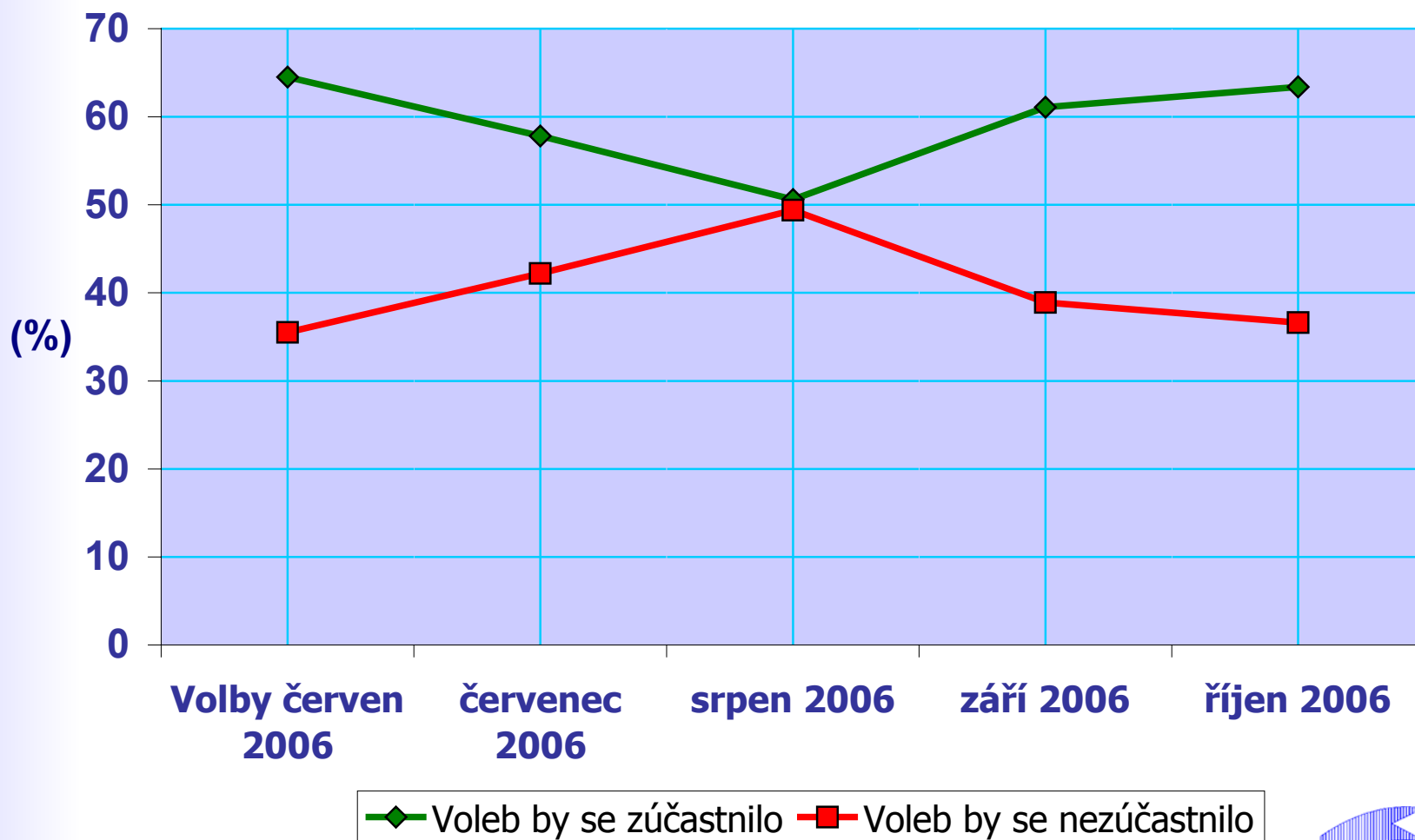
**Voleb by se
nezúčastnilo
36,6%**

Míra volební účasti by mohla být podobná jako ve volbách v červnu 2006, která byla 64,5 %.

VOLEBNÍ ÚČAST

TISKOVÁ ZPRÁVA

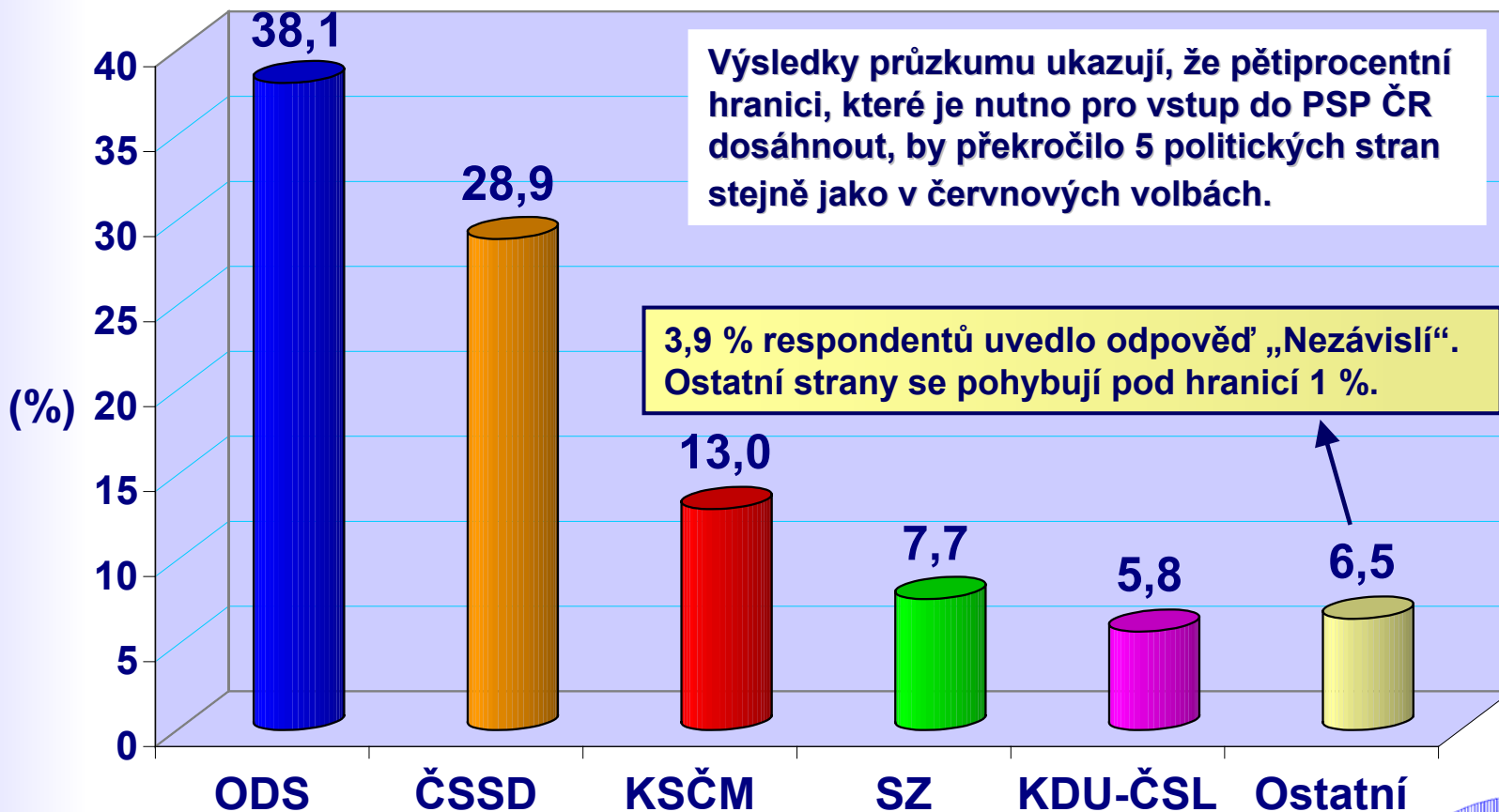
Vývoj volební účasti



VOLEBNÍ MODEL – % hlasů rozhodnutých voličů

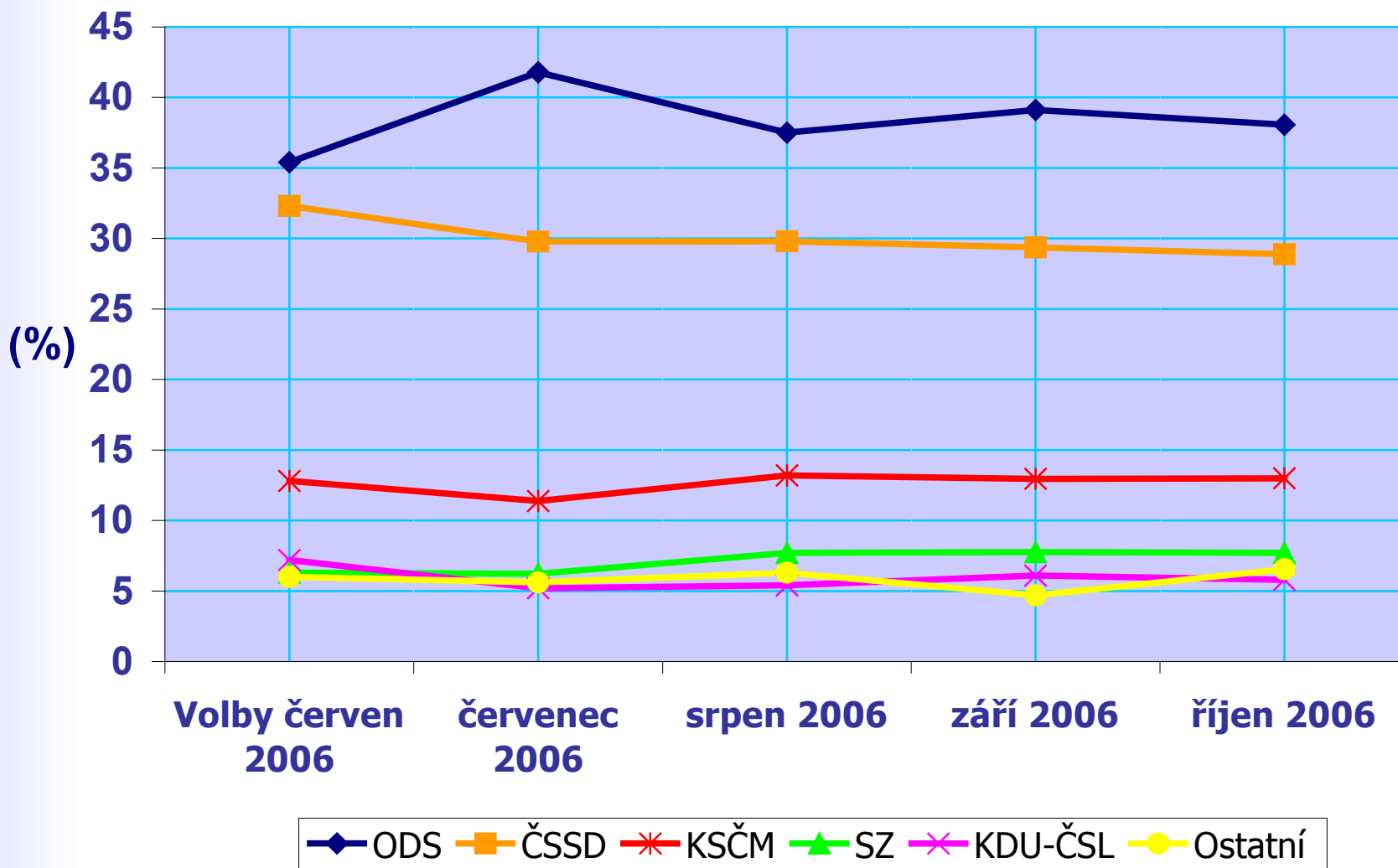
VOLEBNÍ MODEL reprezentuje předpokládané výsledky voleb do Poslanecké sněmovny. Do výsledku jsou zahrnuti oprávnění voliči, **kterí by šli k volbám a jsou rozhodnutí, kterou stranu by volili.**

Volební model (preference rozhodnutých voličů)



VOLEBNÍ MODEL - VÝVOJ

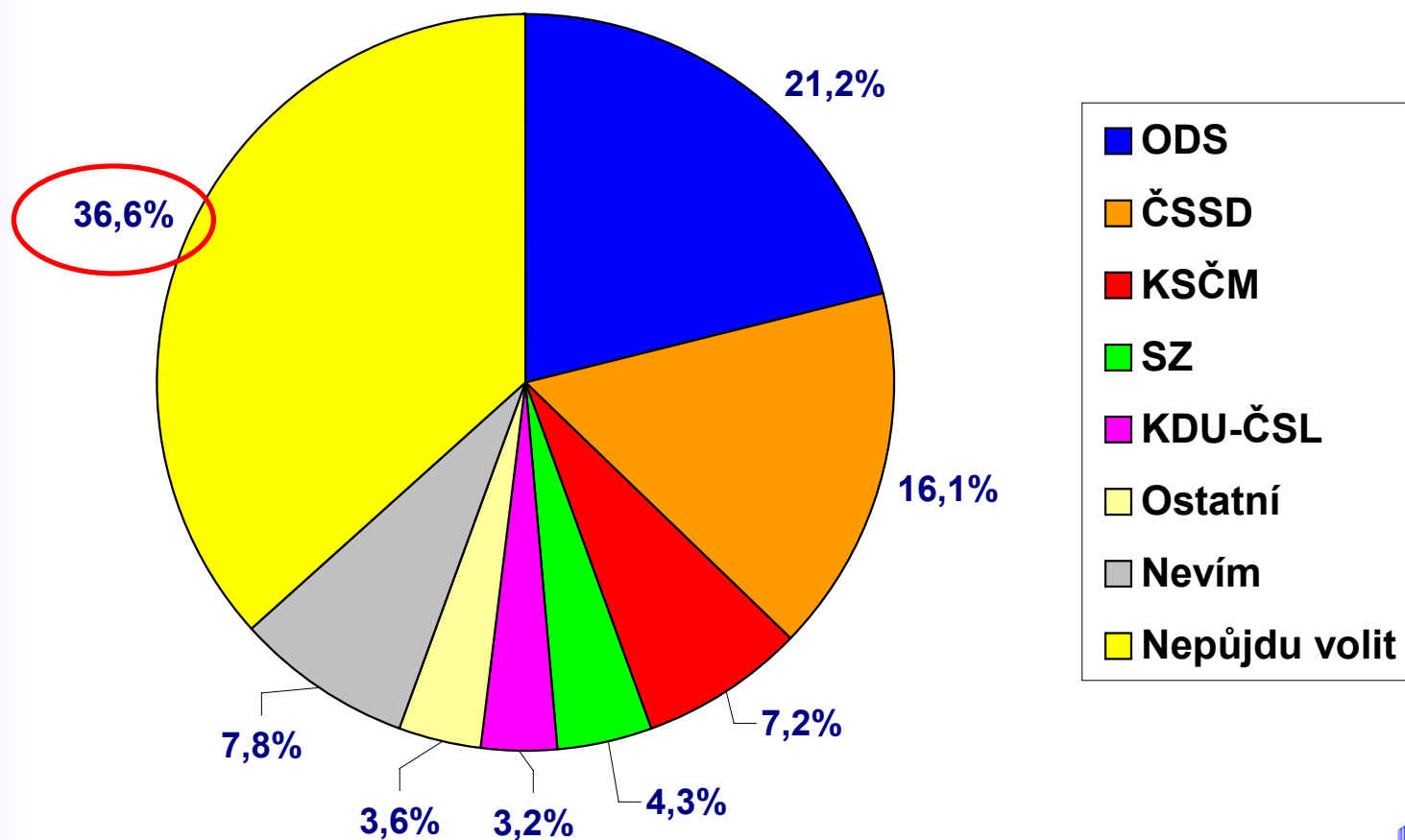
TISKOVÁ ZPRÁVA



STRANICKÉ PREFERENCE – % hlasů všech oprávněných voličů

STRANICKÉ PREFERENCE reprezentují výsledky výzkumu vztažené ke všem dotázaným, tj. včetně nerozhodnutých (odpověď „Nevím“) a těch, kteří by nešli volit.

Stranický koláč



Tyto hodnoty nelze porovnávat s výsledky voleb!

ZÁVĚRY A SROVNÁNÍ PRŮZKUMU S VÝSLEDKY VOLEB

Z aktuálního průzkumu vyplývá, že pozici nejsilnější strany si nadále udržuje ODS, a to s 9% náskokem před druhou ČSSD.

V porovnání s výsledky červnových voleb dosahuje ODS stabilně zhruba o 3 % lepší výsledek, naopak ČSSD cca 3 % svých voličů ztratila, stále si však stabilně udržuje pozici druhé nejsilnější strany s přibližně 30% podporou.

Mírný nárůst přízně o cca 1,5 % zaznamenává ve výzkumech MEDIANu i Strana zelených, KDU-ČSL naopak proti výsledku voleb zhruba 1,5 % ztrácí. (Tyto rozdíly jsou však v rámci statistické chyby.) U KSČM se preference stabilně téměř neliší od volebního výsledku.

Strana	Volby červen 2006	MEDIAN červenec 2006	MEDIAN srpen 2006	MEDIAN září 2006	MEDIAN říjen 2006
ODS	35,4	41,8	37,5	39,1	38,1
ČSSD	32,3	29,8	29,8	29,4	28,9
KSČM	12,8	11,4	13,2	13,0	13,0
SZ	6,3	6,2	7,7	7,8	7,7
KDU-ČSL	7,2	5,2	5,4	6,1	5,8
Ostatní	6	5,6	6,3	4,7	6,5

(údaje v %)

Odlišnosti proti výsledkům červnových voleb u jednotlivých stran byly způsobeny především rozdílným odlivem voličů, kteří by již k volbám nešli. Pouze u ODS a SZ je tento odliv kompenzován srovnatelně velkým přísunem nových příznivců, kteří se červnových voleb nezúčastnili.

Arnošt Janeček

Tel.: + 420 225 301 151

Fax.: + 420 225 301 101

GSM: + 420 605 222 795

arnost.janecek@median.cz

MEDIAN

Národních hrdinů 73

Praha 9

190 12

www.median.cz

Sekretariát: + 420 225 301 111

MEDIAN – PROFIL SPOLEČNOSTI

MEDIAN s. r. o. je nezávislá česká soukromá společnost s důležitým postavením na trhu v České i Slovenské republice. Představuje výzkumnou agenturu s plným servisem a vysokým standardem poskytovaných služeb. MEDIAN realizuje všechny typy kvalitativních i kvantitativních výzkumů trhu a výzkumů veřejného mínění.

MEDIAN má vlastní tazatelskou síť (1000 tazatelů). Všichni tazatelé se pravidelně zúčastňují školení. Tazatelé mají zkušenost se všemi typy výzkumů a výběrů respondentů – kvótní výběr, náhodný výběr, výzkum typu „business to business“ atd. a s rozsáhlými výzkumy.

MEDIAN má vlastní softwarové oddělení, které připravuje algoritmy pro analýzy dat z výzkumů. MEDIAN rovněž vyvíjí a poskytuje speciální originální software. Součástí těchto služeb jsou rovněž školení v používání tohoto software. Příkladem softwaru jsou programové aplikace pro analýzy dat z výzkumů.

Jsme členem:

SIMAR

ESOMAR

TGI Network

American Marketing Association