

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

Duben 2007

14. května 2007

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. 4.–1. 5. 2007 stratifikovaným adresním náhodným výběrem. Respondenti tvoří reprezentativní vzorek populace ČR dle údajů ČSÚ.

Předvolebního průzkumu se zúčastnilo 989 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**.

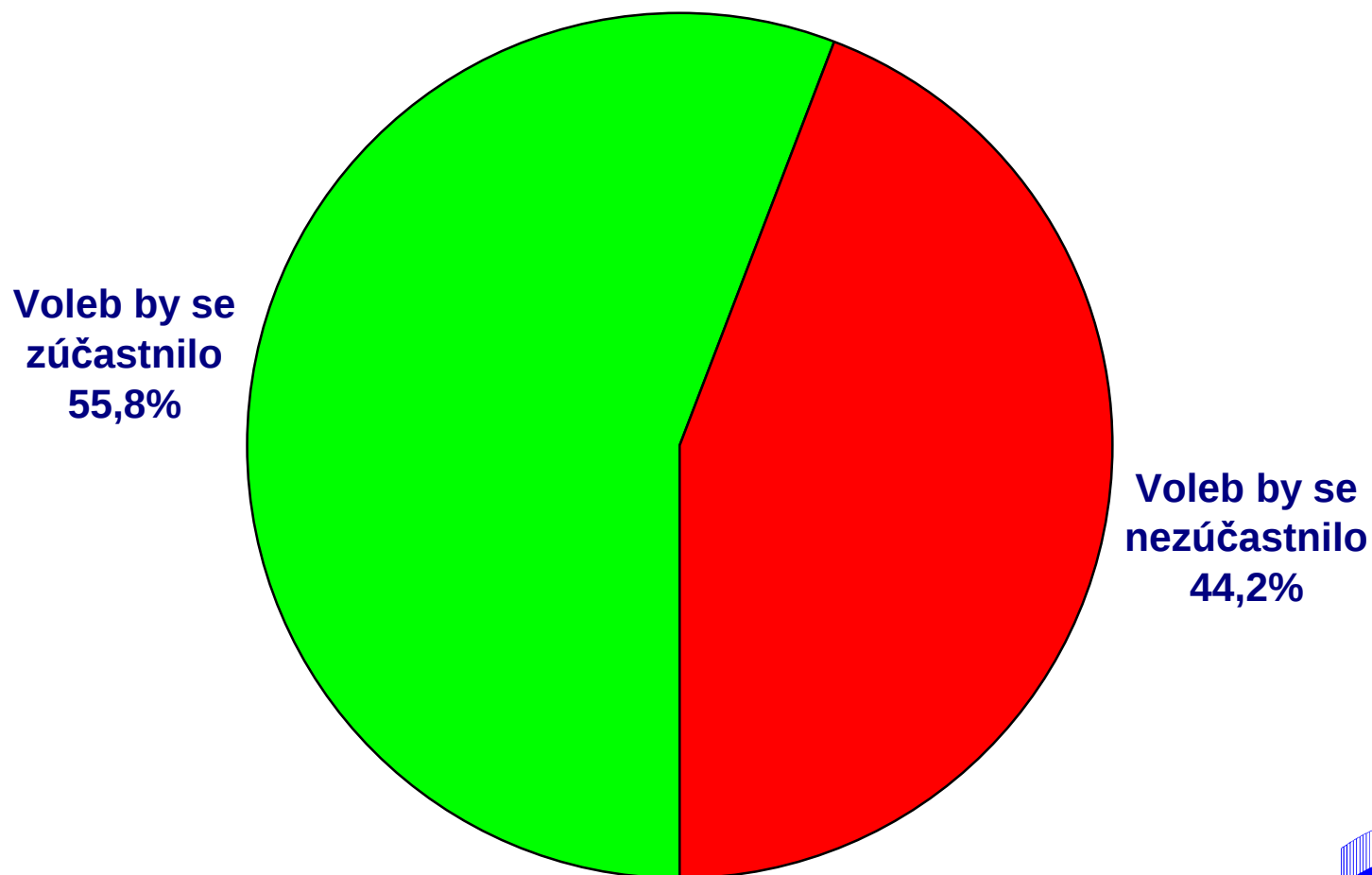
Ve výsledcích je vedle aktuálních preferencí respondentů zohledněna i informace, jak hlasovali v posledních volbách do PSP ČR.

- **VOLEBNÍ MODEL** agentury MEDIAN reprezentuje předpokládané výsledky voleb do Poslanecké sněmovny. Do výsledku jsou zahrnuti oprávnění voliči, kteří by šli k volbám a jsou rozhodnuti, kterou stranu by volili.

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

VOLEBNÍ ÚČAST

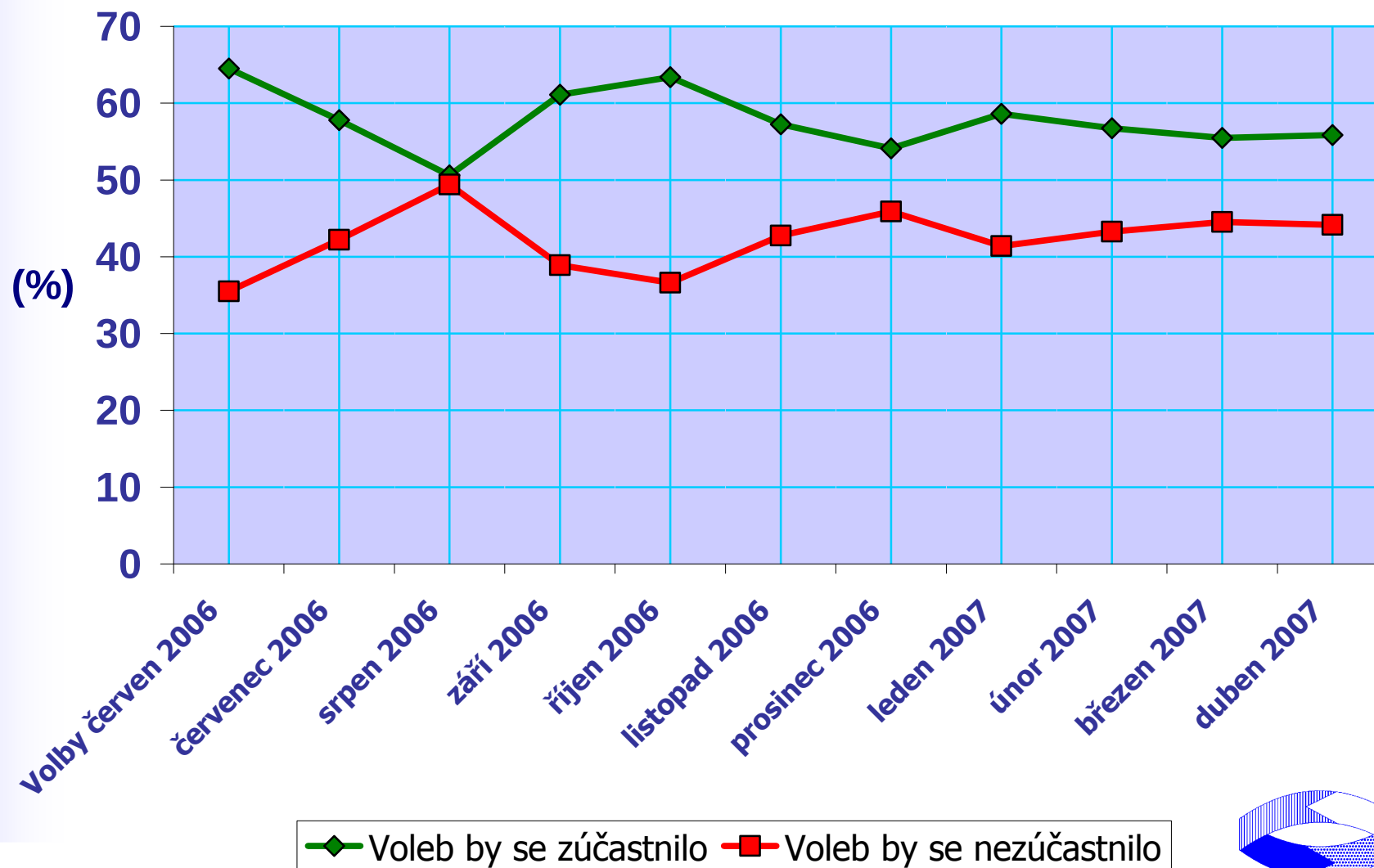
Z aktuálního průzkumu vyplývá, že v březnu by se voleb do PSP ČR zúčastnilo 55,8 % oprávněných voličů. V porovnání s červnovými volbami je ochota lidí jít k volbám o zhruba 9 % nižší.



VOLEBNÍ ÚČAST

TISKOVÁ ZPRÁVA

Vývoj volební účasti

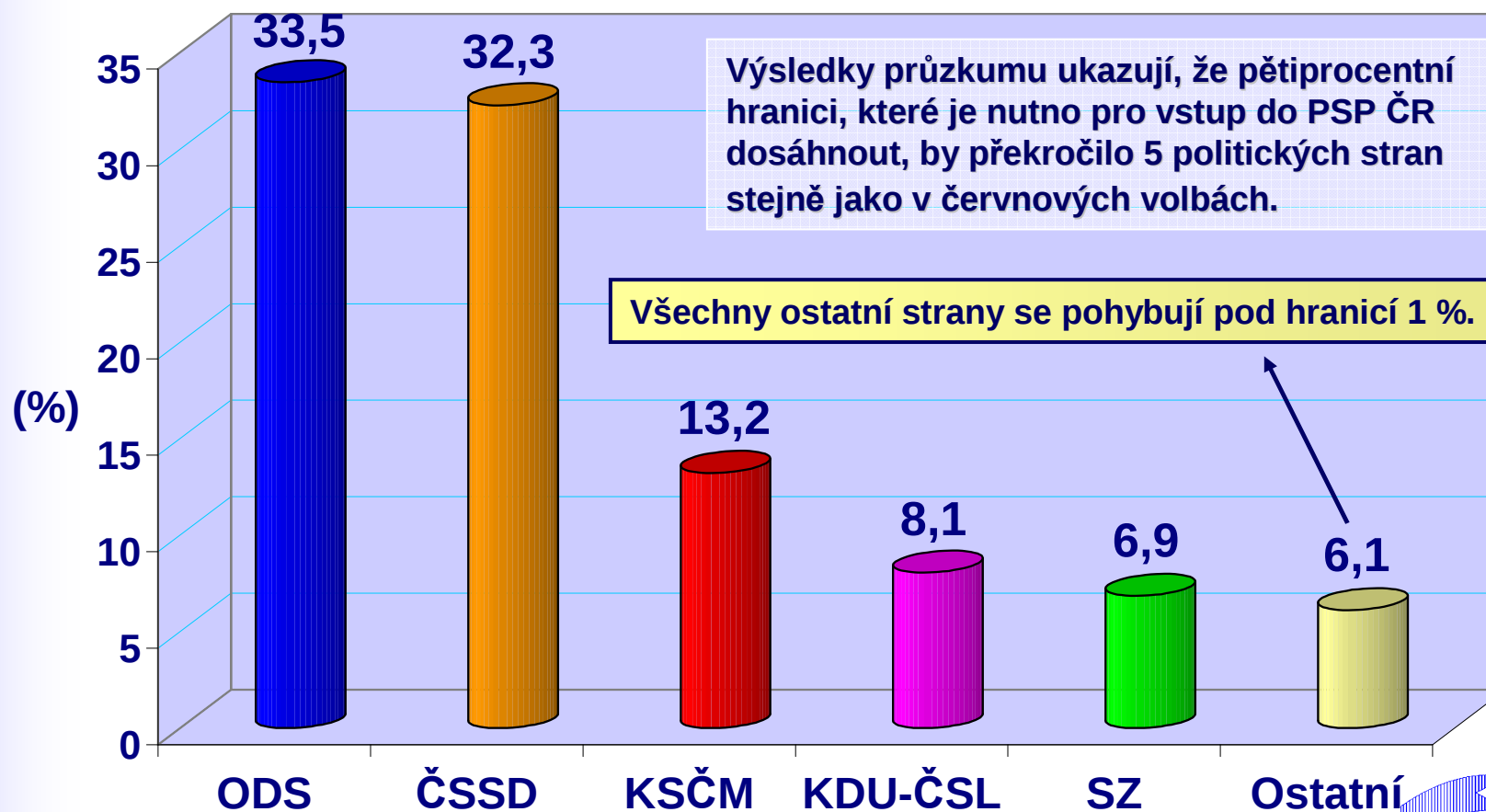


VOLEBNÍ MODEL – % hlasů rozhodnutých voličů

Statistická odchylka je
u následujícího grafu cca 2–4 %

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

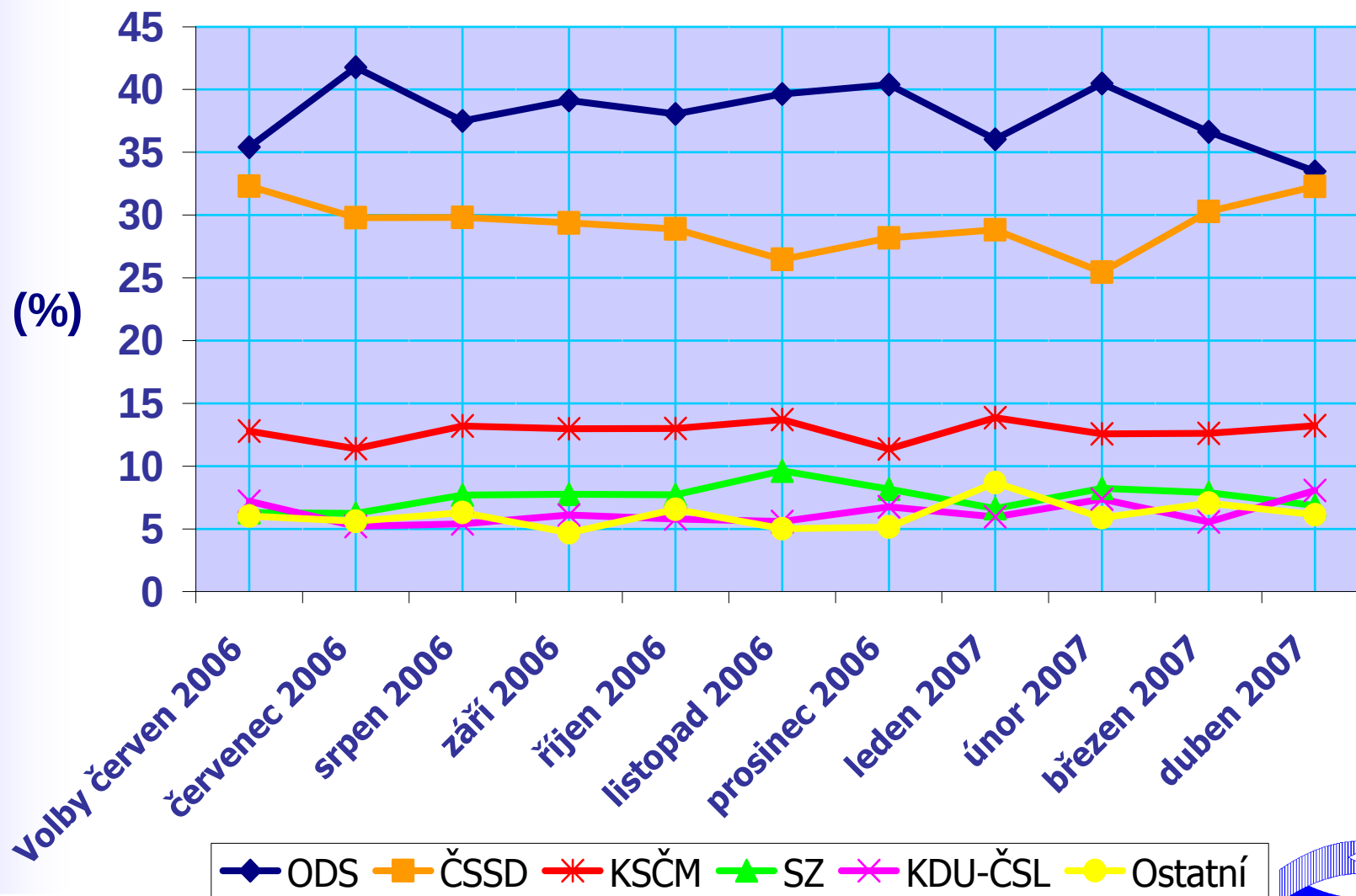
Volební model (preference rozhodnutých voličů)



VOLEBNÍ MODEL – VÝVOJ

TISKOVÁ ZPRÁVA

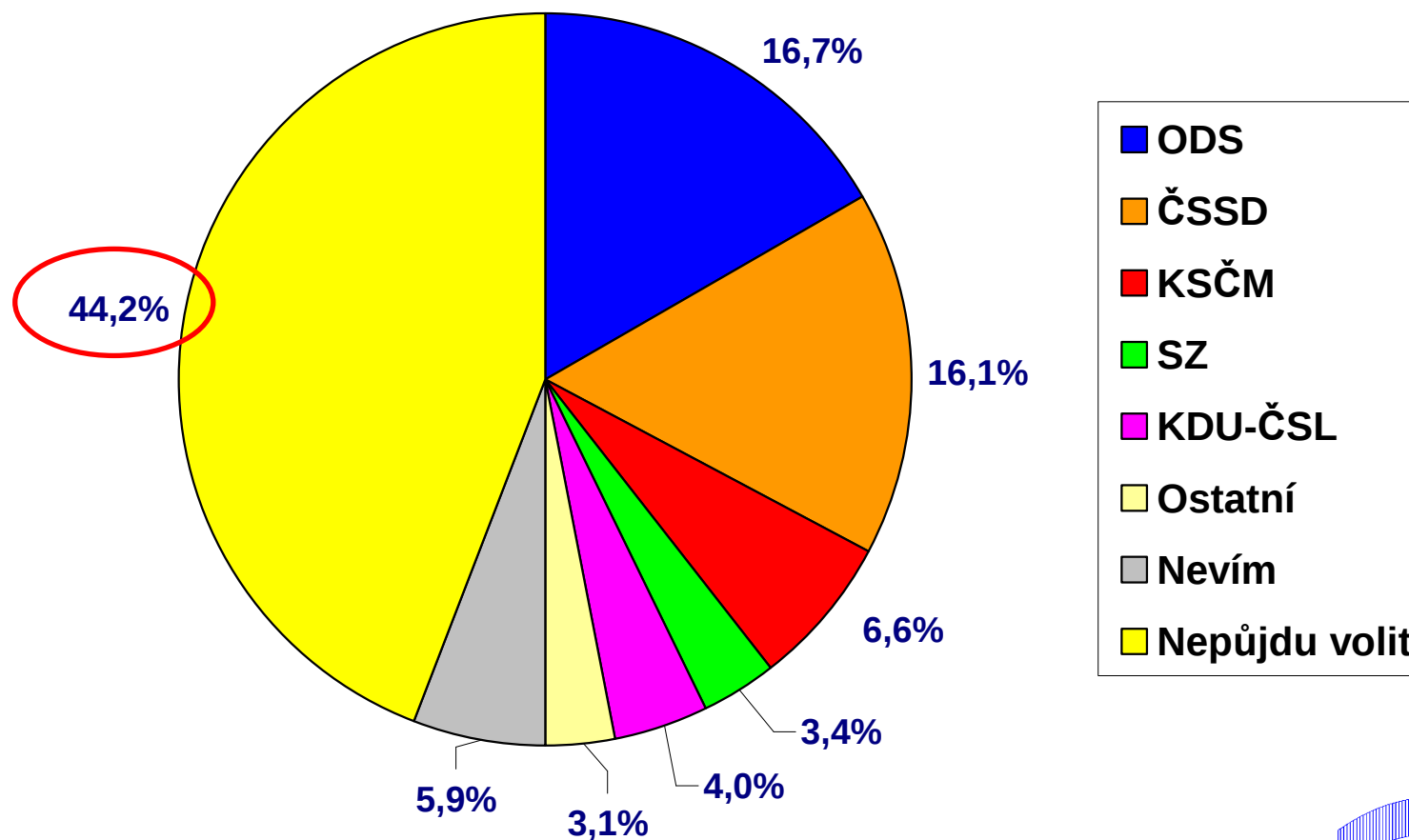
Vývoj preferencí



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 ztrácí ODS, která v porovnání s březnovými výsledky průzkumu Medianu ztratila 3,1 %, a dostala se tak na nejnižší výsledek od červnových voleb.

ČSSD v dubnovém průzkumu Medianu zaznamenala 32,5% podporu, což je v porovnání s březnovým šetřením zhruba 2% nárůst a také maximální hodnota od voleb. Rozdíl mezi dvěma nejsilnějšími stranami se tak snížil na 1 %. V únorovém průzkumu Medianu byl přitom rozdíl mezi ODS a ČSSD 15 %.

KSČM zaznamenala v dubnu zhruba stejnou podporu voličů jako v březnovém šetření i v červnových volbách. **Strana zelených** v dubnovém průzkumu získala téměř 7% podporu, tj. o 1 % méně v porovnání s březnovými výsledky, což je však v rámci statistické chyby. **KDU-ČSL** ve srovnání s březnovým průzkumem na preferencích posílila, a to o 2,5 %, čímž dosáhla nejvyššího výsledku od voleb.

Strana	Volby červen 2006	MEDIAN červenec 2006	MEDIAN srpen 2006	MEDIAN září 2006	MEDIAN říjen 2006	MEDIAN listopad 2006	MEDIAN prosinec 2006	MEDIAN leden 2007	MEDIAN únor 2007	MEDIAN březen 2007	MEDIAN duben 2006
ODS	35,4	41,8	37,5	39,1	38,1	39,7	40,4	36,0	40,5	36,6	33,5
ČSSD	32,3	29,8	29,8	29,4	28,9	26,5	28,2	28,8	25,4	30,3	32,5
KSČM	12,8	11,4	13,2	13,0	13,0	13,7	11,4	13,9	12,6	12,6	13,2
SZ	6,3	6,2	7,7	7,8	7,7	9,6	8,2	6,6	8,2	7,9	6,9
KDU-ČSL	7,2	5,2	5,4	6,1	5,8	5,6	6,7	6,0	7,4	5,6	8,1
Ostatní	6	5,6	6,3	4,7	6,5	5,0	5,2	8,7	5,9	7,1	6,1

(údaje v %)

Z podrobnější analýzy dat vyplývá, že k poklesu preferencí ODS došlo zejména přesunem části jejích bývalých voličů k nevoličům a k nerozhodnutým, aniž by se tento úbytek podařilo kompenzovat dostatkem nových příznivců. KDU-ČSL se naopak proti předchozímu měsíci podařilo zastavit odliv jejích bývalých voličů k nevoličům a dokonce i získat nové voliče z řad nevoličů.

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. Společnost působí na trhu od roku 1993 a 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