

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

Srpen 2007

6. září 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. 8.–1. 9. 2007 stratifikovaným adresním náhodným výběrem. Respondenti tvoří reprezentativní vzorek populace ČR dle údajů ČSÚ.

Předvolebního průzkumu se zúčastnilo 1136 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.

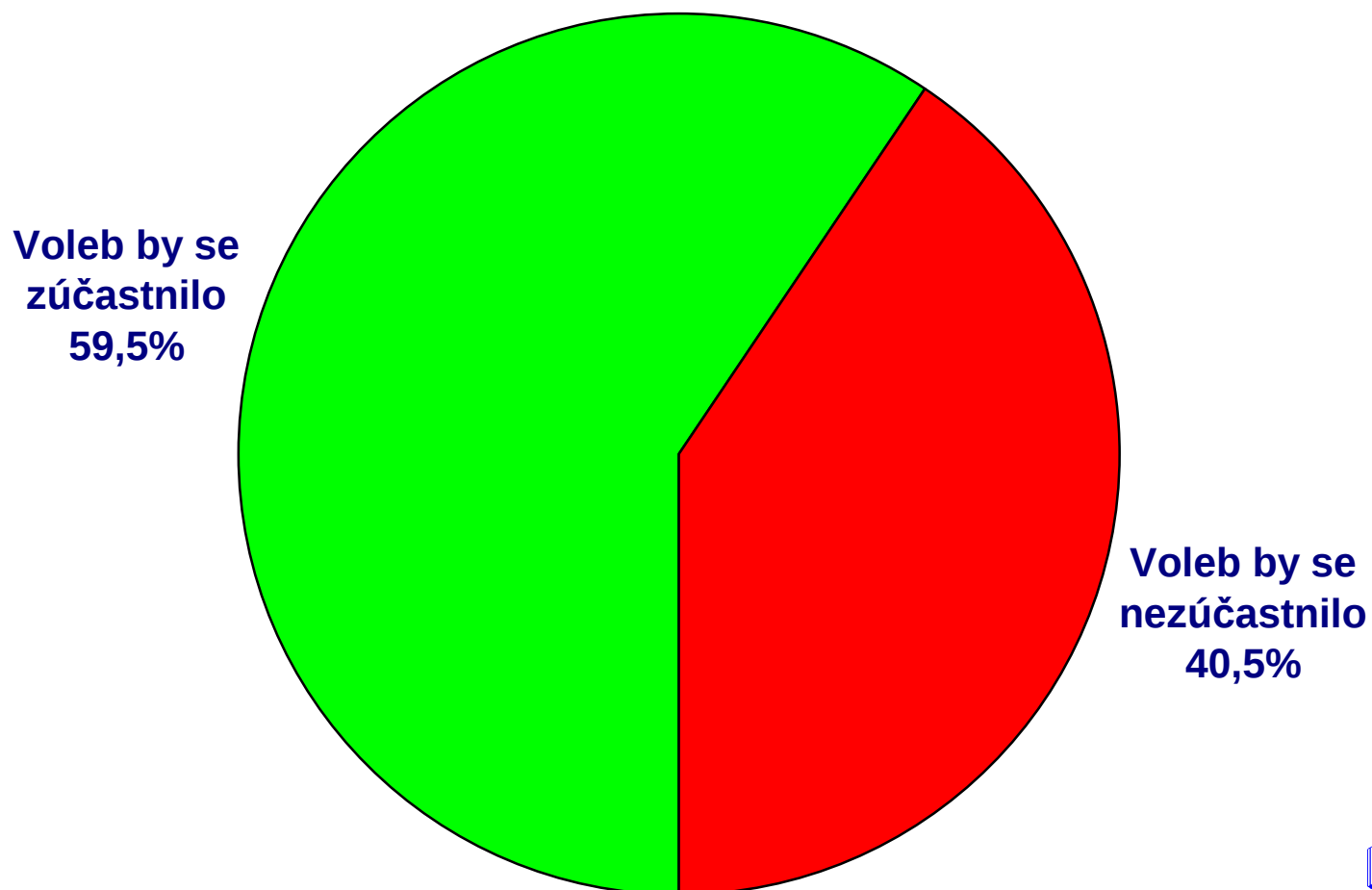
- **VOLEBNÍ MODEL** agentury MEDIAN reprezentuje předpokládané výsledky voleb do Poslanecké sněmovny. Do výsledku jsou zahrnuti oprávnění voliči, kteří by šli k volbám a jsou rozhodnuti, kterou stranu by volili.

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

VOLEBNÍ ÚČAST

TISKOVÁ ZPRÁVA

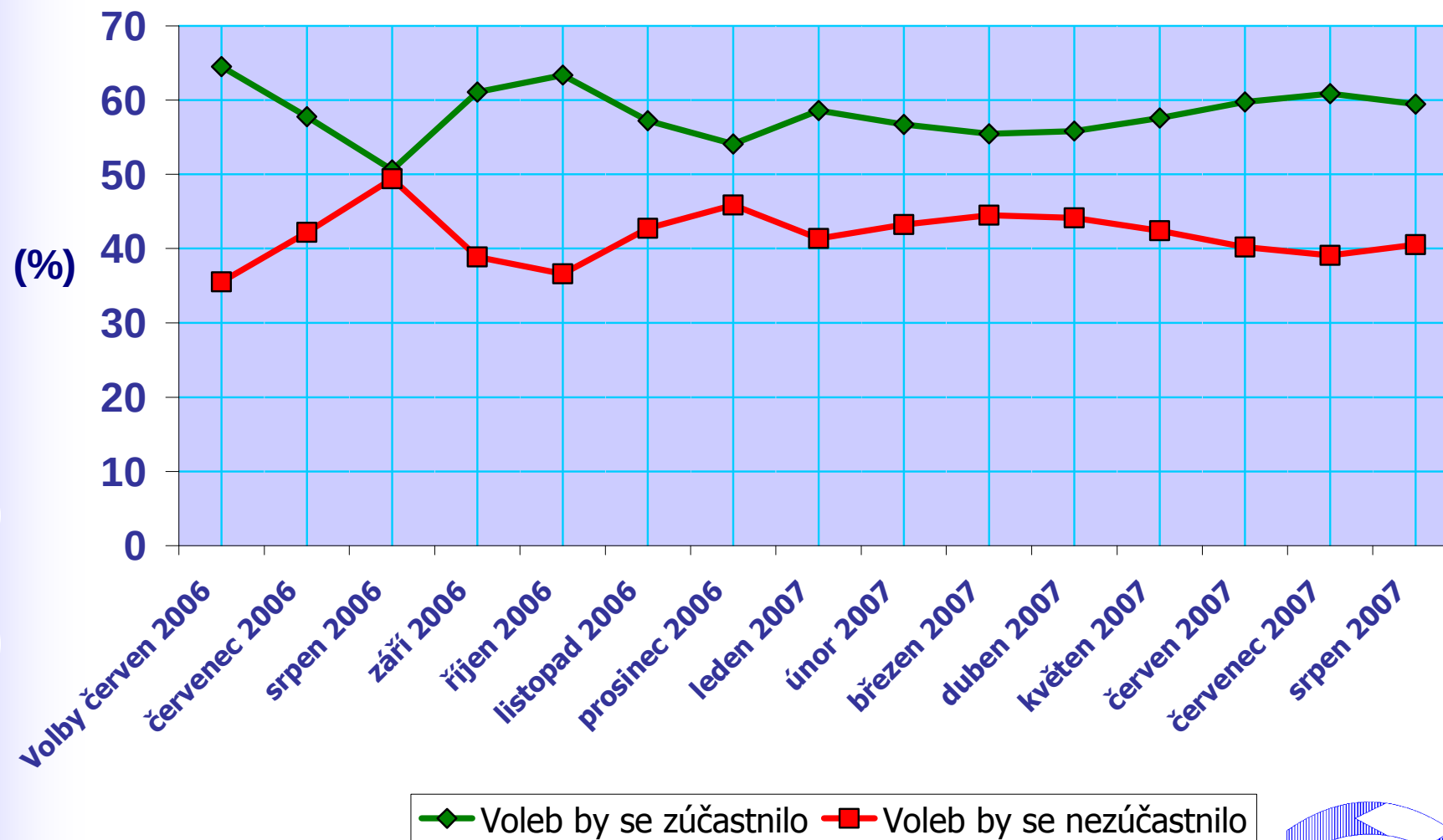
Z aktuálního průzkumu vyplývá, že v srpnu by se voleb do PSP ČR zúčastnilo necelých 60 % oprávněných voličů. V porovnání s červnovými volbami 2006 je ochota lidí jít k volbám o zhruba 5 % nižší.



VOLEBNÍ ÚČAST

TISKOVÁ ZPRÁVA

Vývoj volební účasti

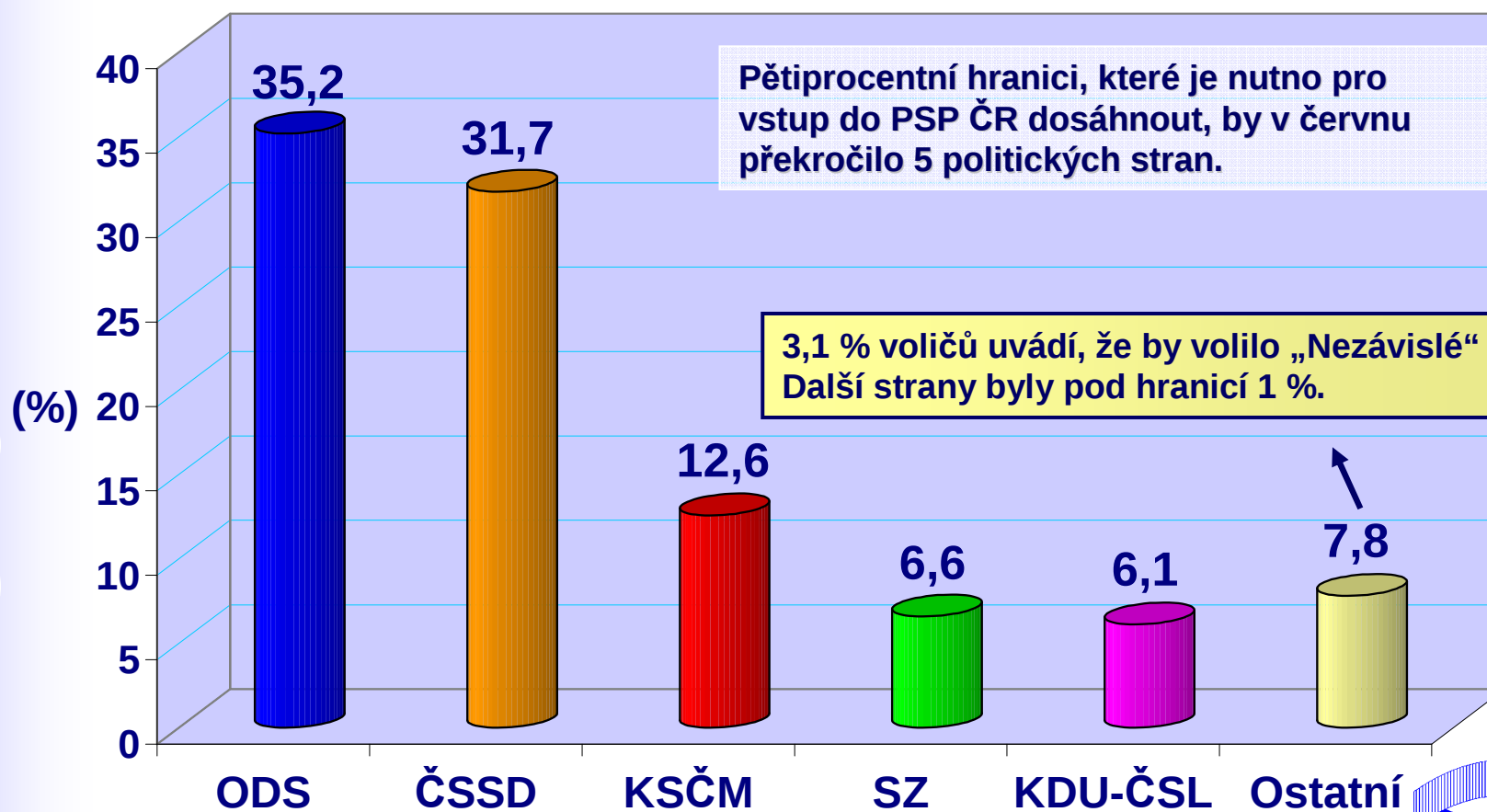


VOLEBNÍ MODEL – % hlasů rozhodnutých voličů

Statistická odchylka je
u následujícího grafu cca 1,5–3,5 %

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.**

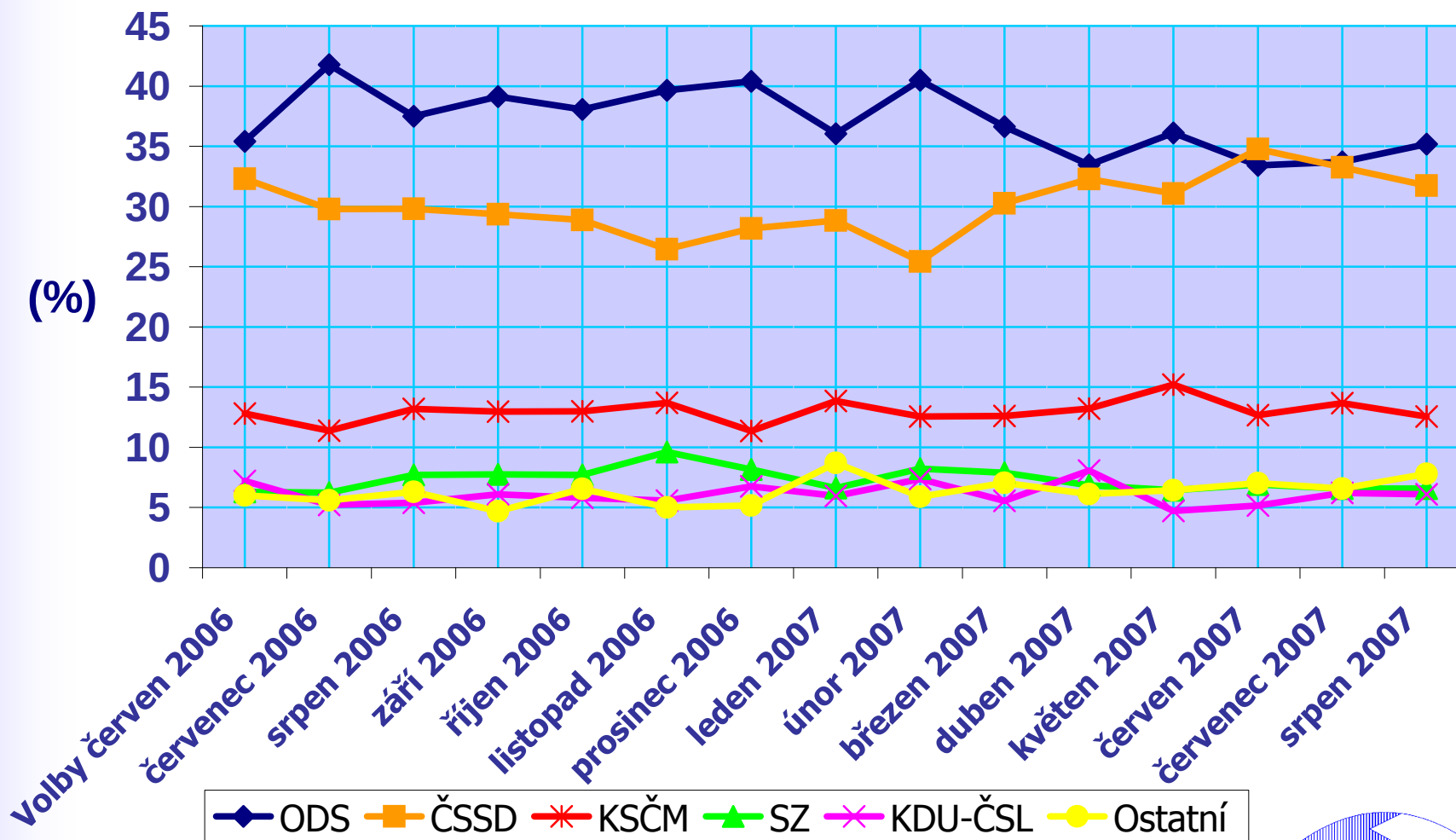
Volební model (preference rozhodnutých voličů)



VOLEBNÍ MODEL – VÝVOJ

TISKOVÁ ZPRÁVA

Vývoj preferencí

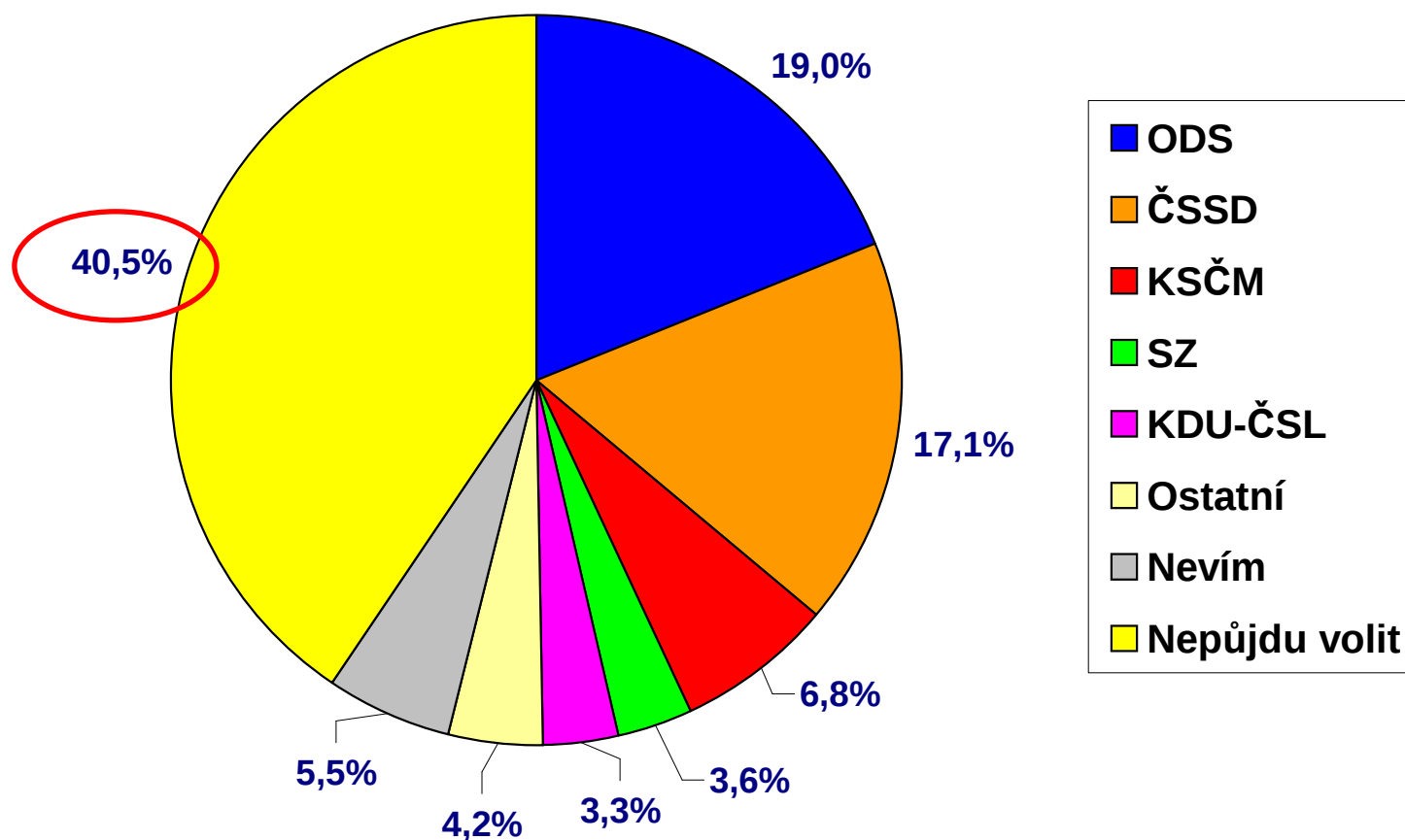


STRANICKÉ PREFERENCE – % hlasů všech oprávněných voličů

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

TISKOVÁ ZPRÁVA

Stranický koláč



Tyto hodnoty nelze porovnávat s výsledky voleb!

ZÁVĚRY A SROVNÁNÍ PRŮZKUMU S VÝSLEDKY VOLEB

Z aktuálního šetření vyplývá, že pozici nejsilnějších stran si nadále udržují ODS a ČSSD, přičemž ODS nyní vede před ČSSD o necelých 3,5 %.

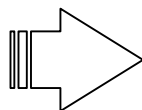
ČSSD v srpnovém průzkumu Medianu zaznamenala o 1,5 % méně oproti výsledkům z července. Naopak výsledek ODS se v porovnání s předchozím průzkumem o 1,5 % zlepšil.

KSČM se v srpnu pohybovala těsně pod 13 %.

Strana zelených v srpnovém průzkumu dosáhla 6,6 %, což je za posledních pět měsíců stabilní výsledek, který je téměř shodný s výsledky posledních voleb.

KDU-ČSL se v srpnovém šetření ocitla těsně nad 6 %. Postupně se tak ve výzkumu vrací k hodnotám, které ukazují, že by se do parlamentu dostala.

Strana	Volby
	červen 2006
ODS	35,4
ČSSD	32,3
KSČM	12,8
SZ	6,3
KDU-ČSL	7,2
Ostatní	6



MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN	MEDIAN
leden 2007	únor 2007	březen 2007	duben 2007	květen 2007	červen 2007	červenec 2007	srpen 2007
36,0	40,5	36,6	33,5	36,1	33,4	33,7	35,2
28,8	25,4	30,3	32,3	31,1	34,8	33,3	31,7
13,9	12,6	12,6	13,2	15,2	12,7	13,7	12,6
6,6	8,2	7,9	6,9	6,4	6,9	6,6	6,6
6,0	7,4	5,6	8,1	4,7	5,2	6,2	6,1
8,7	5,9	7,1	6,1	6,4	7,0	6,6	7,8

(údaje v %)

Arnošt Janeček

Tel.: + 420 225 301 151

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