

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

Prezidentský volební model

(MEDIAN, listopad-prosinec 2012)

publikováno 22. prosince 2012

ZÁKLADNÍ INFORMACE O VÝZKUMU

Společnost MEDIAN kontinuálně zkoumá podporu kandidátů přímé prezidentské volby. Hlavním výstupem reprezentativního výzkumu je model prvního kola přímé prezidentské volby. Jde o odhad výsledků prvního kola hypotetické prezidentské volby, kdyby se konala v době sběru dat a kandidovaly v ní uvedené osobnosti.

Výsledky nejsou volební predikcí - reflektují preference z období sběru dat, které se mohou do reálného volebního termínu ještě profilovat (viz slide Pevnost rozhodnutí). Výsledky je nutno brát jako orientační i proto, že mohou obsahovat náhodnou statistickou odchylku a respondenti mohli v době sběru dat vybírat, i dva kandidáty, o jejichž kandidatuře nakonec negativně rozhodlo Ministerstvo vnitra i Národní správní soud (T.Okamura, V. Dlouhý).

Velikost vzorku	1165 respondentů ve věku 18 a více let
Termín dotazování	17. listopadu – 16. prosince 2012
Metoda sběru	osobní dotazování vyškolenými tazateli v domácnostech respondentů
Výběr respondentů	stratifikovaný náhodný adresní výběr
Reprezentativita	výzkum je reprezentativní pro populaci ČR 18+ podle: <i>kraje, věku, pohlaví, vzdělání, velikosti obce a <u>dalších socioekonomických ukazatelů ovlivňujících volební preference</u></i>
Realizátor	nezávislý výzkum realizuje společnost MEDIAN s.r.o. bez zadavatele a z vlastní iniciativy

SPECIFIKA NAŠÍ METODOLOGIE

Kromě dodržování metodologických standardů je přidanou hodnotou našeho prezidentského výzkumu je mimo jiné, že:

- Respondenty vybíráme tzv. **stratifikovaným náhodným adresním výběrem**. Tazatel v něm nevybírá respondenty sám na základě kvót, ale jsou mu přiděleny náhodně vylosované adresy, na kterých má dotazovat. Tato metoda (používaná v nejprestižnějších sociologických šetřeních) redukuje vliv tazatelů na výběr respondentů. V běžných kvótních výzkumech zná tazatel dopředu až 75 % dotazovaných respondentů, v našem výběru je to jen okolo 5 %.
- Měsíční fáze výzkumu je sbírána **až na 180 místech České republiky, na sběru se podílí okolo 120 tazatelů** – kvalita výzkumu tedy není ovlivněna dotazováním na příliš málo místech příliš málo tazateli.
- Náš vzorek je **reprezentativní nejen podle základních sociodemografií** (věk, pohlaví, kraj, vzdělání, velikost obce), **ale i dalších socioekonomických ukazatelů** výrazně ovlivňujících volební preference. Zohledňujeme i minulé volební chování respondentů.
- **Volební model nezanedbává respondenty, kteří váhají mezi několika kandidáty**, jako „nerozhodnuté“. Jejich preference a rozhodování mají často specifickou podobu, která ovlivňuje výsledek voleb. Matematická procedura tvorby volebního modelu proto k preferencím váhajících voličů přihlíží.

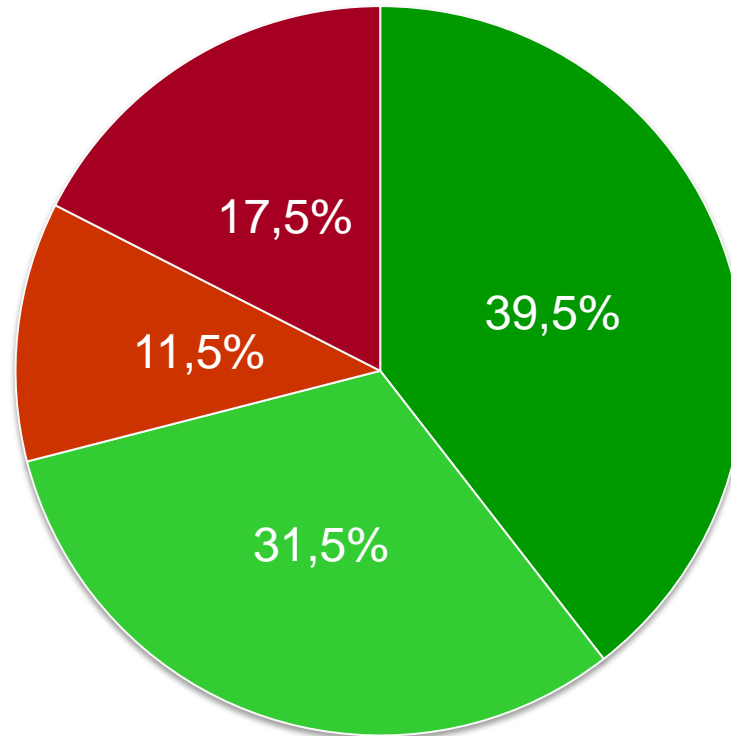
PŘEDPOKLÁDANÁ VOLEBNÍ ÚČAST

(listopad-prosinec 2012)

Účast v prvním kole přímé volby prezidenta v současnosti avizuje 71 % oprávněných voličů. I přes možný pokles reálné volební účasti oproti účasti avizované, lze předpokládat, že volební účast bude přinejmenším dosahovat hladiny volební účasti z posledních voleb do Poslanecké sněmovny parlamentu ČR.

Počet respondentů, ze kterých vychází graf:

N= 1165 respondentů ve věku 18 a více let



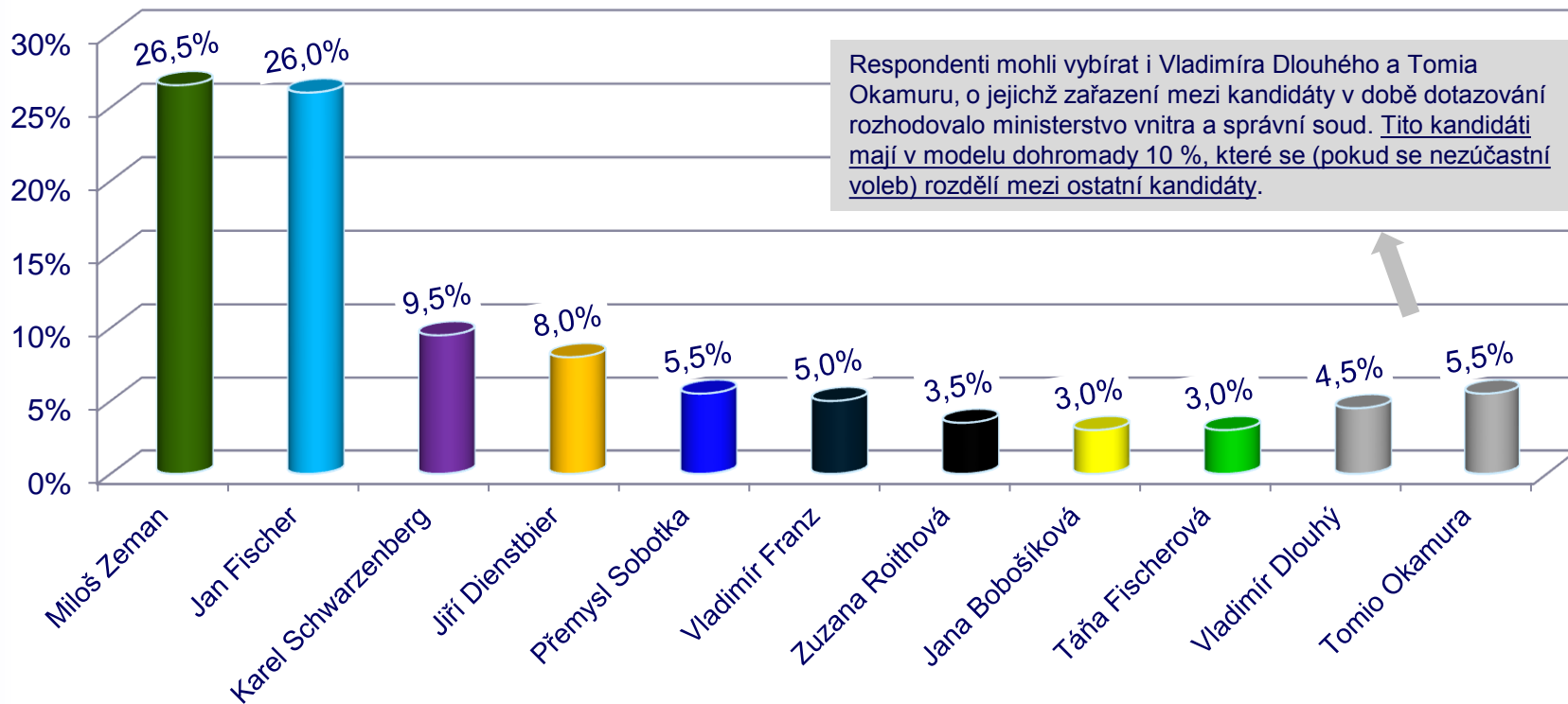
■ určitě ano ■ spíše ano ■ spíše ne ■ určitě ne

VOLEBNÍ MODEL 1. KOLA PREZIDENTSKÉ VOLBY (listopad-prosinec 2012)

Volební model zobrazuje předpokládané výsledky prvního kola prezidentské volby, kdyby se konalo nyní a kandidovaly v něm uvedené osobnosti. Model je založen na preferencích voličů, kteří by šli k volbám a vědí, koho by volili. Přihlíží také k preferencím voličů váhajících mezi několika kandidáty a k minulému volebnímu chování respondentů.

Rovnocennými favority prvního kola prezidentské volby jsou v současnosti Miloš Zeman a Jan Fischer se srovnatelnou podporou okolo 26 % pravděpodobných voličů (rozdíl 0,5 procentního bodu je pod hranicí statistické významnosti). Ze zbývajících pole kandidátů by měli v současnosti největší šanci ohrozit duo Fischer / Zeman kandidáti parlamentních stran - Karel Schwarzenberg a Jiří Dienstbier.

Výsledky



STATISTICKÁ ODCHYLKA činí +/- 1,5 % u slabších kandidátů až +/- 3 % u nejsilnějších kandidátů.

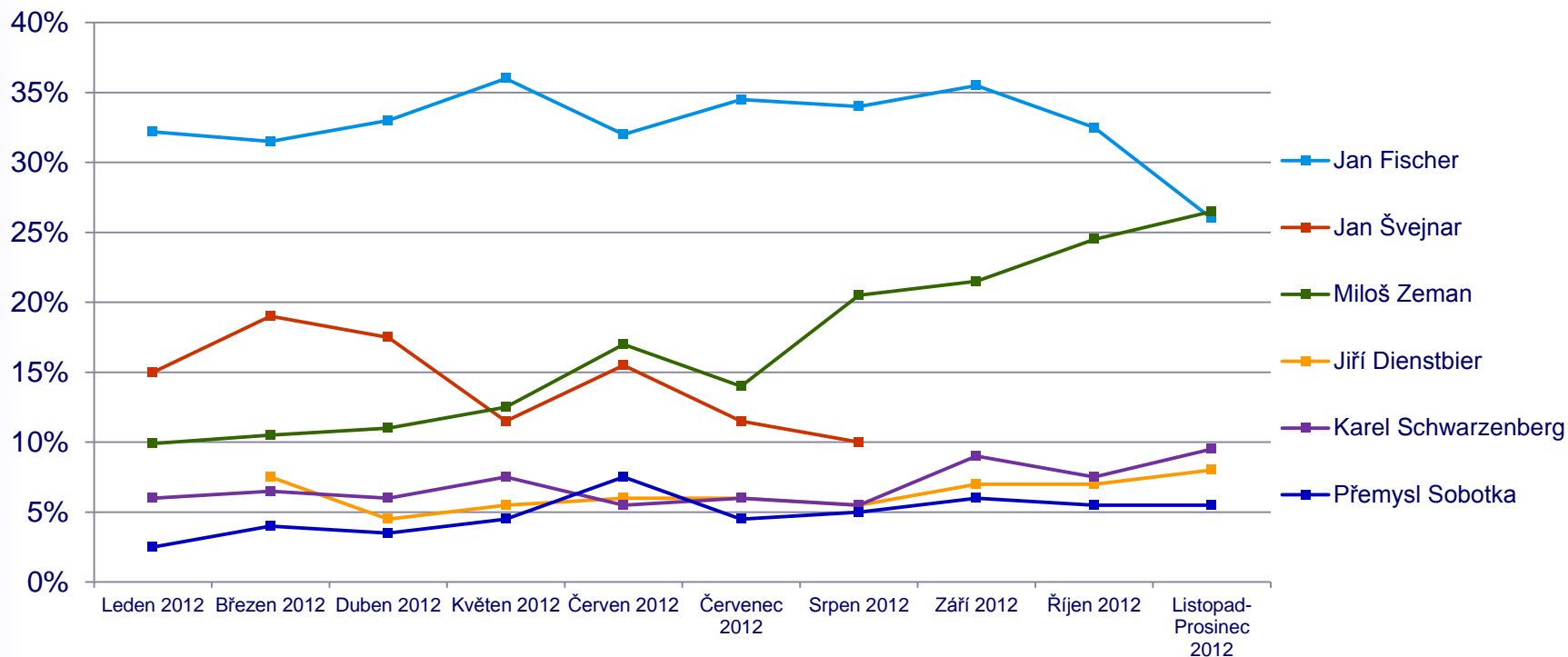
Do grafu jsou samostatně zařazeni všichni kandidáti, jejichž kandidatura je potvrzena.

PRŮBĚH VOLEBNÍHO MODELU 1. KOLA PREZIDENTSKÉ VOLBY

Společnost MEDIAN publikovala volební model 1. kola prezidentské volby poprvé za leden 2012. Od března 2012 kontinuálně zveřejňuje prezidentský volební model, který vychází z nezávislého výzkumu bez zadavatele.

Pokračující dlouhodobé posilování podpory Miloše Zemana a pokles podpory Jana Fischera od září 2012 dospěly poprvé do bodu, kdy šance těchto kandidátů by byly v současnosti v prvním kole fakticky rovnocenné. Nelze však jednoznačně tvrdit, že tento trend bude do termínu voleb pokračovat – Zemanův elektorát totiž po svém rozšíření není pevnější než Fischerův (viz slide Pevnost rozhodnutí). Mírné posilování podpory lze sledovat od léta 2012 také u dvou hlavních parlamentních kandidátů – Karla Schwarzenberga a Jiřího Dienstbiera.

Výsledky

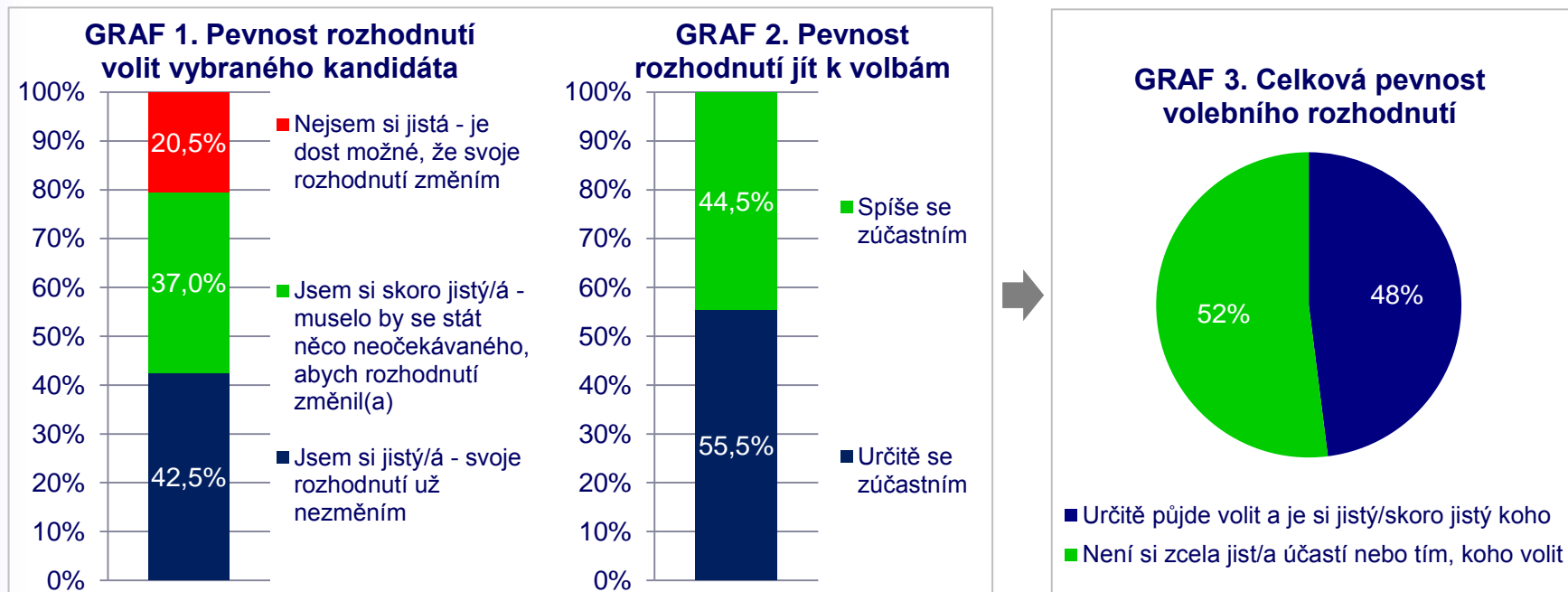


Ve vývojovém grafu jsou zobrazeni kandidáti dosahující ve volebním modelu dlouhodobě podpory okolo či nad 5 % a mají jistotu účasti ve volbách.

PEVNOST ROZHODNUTÍ PRAVDĚPODOBŇNÝCH VOLIČŮ (prosinec 2012)

V měsíci prosinci se společnost MEDIAN také ptala respondentů na otázku „OT04. Nolik pevně jste rozhodnut(a) volit právě tohoto kandidáta/kandidátky?“. Následující analýza zobrazuje pevnost rozhodnutí volit preferovaného kandidáta u voličů, kteří se chtějí zúčastnit voleb (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 (graf 3).

Výsledky



Jen necelá polovina (48 %) pravděpodobných voličů je v současnosti pevně rozhodnuta účastnit se voleb a zároveň jistě či skoro jistě ví, kterého kandidáta bude volit. U ostatních voličů existuje vyšší šance, že se buď voleb nezúčastní nebo své volební rozhodnutí změní. První kolo prezidentských voleb tedy zdaleka nelze považovat za rozhodnuté.

Mezi sympatizanty Jana Fischera a Miloše Zemana je v současnosti kolem 55 – 60 % pevných voličů, kteří jsou si jisti volební účastí a jisti či skoro jisti, že budou volit právě Fischera respektive Zemana. V krajním případě ztráty většiny „nepevných voličů“ by tedy současní favorité mohli počítat jen s volebním ziskem okolo 15 - 20 %. Pevnost elektorátu jejich konkurentů však ve většině případů není vyšší, proto může nastat i opačná varianta – posilování dvou favoritů Miloše Zemana a Jana Fischera.

DOTAZNÍK

SEZNAM OTÁZEK (LISTOPAD-PROSINEC 2012):

OT01. Pokud by se přímá volba prezidenta konala v příštím týdnu, šel/šla byste volit?

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

OT02. Pokud byste se voleb zúčastnil(a), kterého z těchto kandidátů byste nejspíše volil(a)?

(výběr ze seznamu náhodně řazených kandidátů)

Pokud v OT02 uvede, že neví, kterého kandidáta by volil:

OT03. O volbě kterých kandidátů byste uvažoval(a) a byli by pro vás ve funkci prezidenta republiky nejvíce přijatelní? Uveďte prosím až tři, o jejichž volbě byste nejvíce uvažoval(a).

(výběr ze seznamu náhodně řazených kandidátů)

OT04. Nakolik pevně jste rozhodnuta volit právě tohoto kandidáta/kandidátky?*

- 1) Jsem si jistý/á - svoje rozhodnutí už nezměním
- 2) Jsem si skoro jistý/á - muselo by se stát něco neočekávaného, abych rozhodnutí změnil(a)
- 3) Nejsem si jistý/á - je dost možné, že svoje rozhodnutí změním

**Otázka pokládána v prosinci 2012 (reprezentativní nadpoloviční části vzorku).*

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

