

# **VOLBY 2013 - OLOMOUCKÝ KRAJ**

zpráva z předvolebního výzkumu veřejného mínění

**VOLEBNÍ POTENCIÁL STRAN a VNÍMÁNÍ VYBRANÝCH PROBLÉMŮ**



Období sběru dat: 27. 9. 2013 – 3. 10. 2013

# ZÁKLADNÍ METODOLOGICKÉ INFORMACE

# ZÁKLADNÍ INFORMACE O VÝZKUMU

<b>Zadavatel výzkumu</b>	ČESKÁ TELEVIZE
<b>Realizátoři výzkumu</b>	MEDIAN s r.o. a STEM/MARK, a.s.
<b>Charakteristika výzkumu</b>	Reprezentativní výzkum populace oprávněných voličů v Olomouckém kraji
<b>Způsob výběru respondentů</b>	Kvótní výběr podle pohlaví, věku, vzdělání, okresu a velikosti místa bydliště.
<b>Reprezentativita</b>	Vzorek je reprezentativní podle kvótních proměnných (viz výše) také podle pracovního statusu a dalších ukazatelů ovlivňující volební chování (dovážení dat).
<b>Doba sběru dat</b>	27. 9. 2013 - 3. 10. 2013
<b>Finální velikost výběrového souboru</b>	1017 respondentů
<b>Způsob sběru dat</b>	Kombinace CAPI (osobní dotazování s využitím notebooků) a CATI (telefonické dotazování na mobilní telefony a pevné linky) v poměru cca 1:1
<b>Chápání výstupů</b>	Výsledky výzkumu je třeba vztahovat k termínu sběru dat a chápat je jako volební potenciál (nikoli model). Nejedná se tedy v žádném případě o prognózu výsledku voleb.

# STRUKTURA VZORKU

<b>Pohlaví</b>	Muži: 48 %	<b>Velikost sídla (počet obyvatel)</b>	do 4 999: 50 %
	Ženy: 52 %		5 000 – 49 999: 34 %
<b>Věk</b>	18 – 29 let: 19 %		<b>Okres</b>
	30 – 44 let: 28 %	Prostějov: 17 %	
	45 – 59 let: 25 %	Olomouc: 37 %	
	60 a více let: 28 %	Přerov: 21 %	
<b>Vzdělání</b>		Šumperk: 19 %	
	ZŠ a SŠ bez maturity: 55 %	Jeseník: 6 %	
	SŠ s maturitou: 32 %	<b>Pracovní status</b>	Zaměstnanec: 44 %
VŠ: 13 %	OSVČ / podnikatel: 9 %		
			Nezaměstnaný: 8 %
	Důchodce: 30 %		
		Student / v domácnosti / ostatní: 9 %	

\*Údaje o struktuře po vážení, zaokrouhlené na celá procenta.

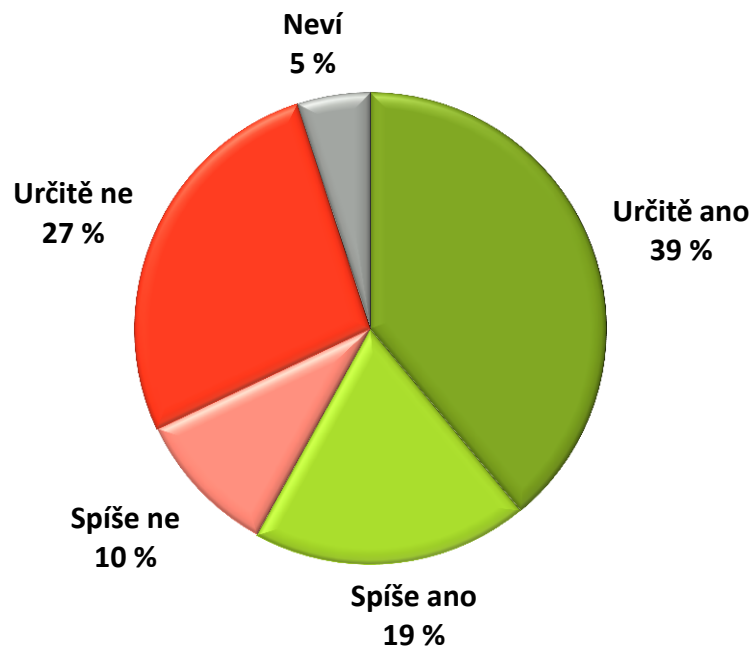
**VÝSLEDKY VÝZKUMU**

-

**VOLEBNÍ OTÁZKY**

# VOLEBNÍ ÚČAST

Zúčastnil(a) byste se voleb do Poslanecké sněmovny, kdyby se konaly v příštím týdnu?

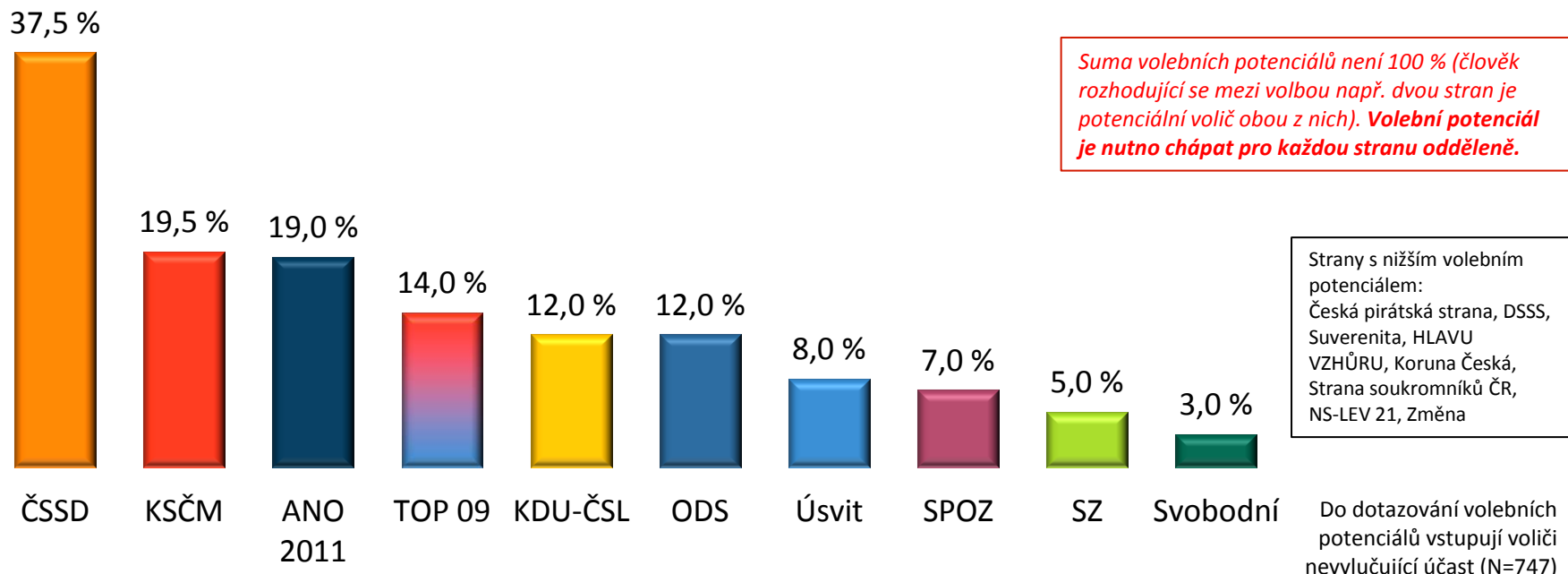


N = 1017

- Ochotu přijít k volbám aktuálně deklaruje 58 % obyvatel Olomouckého kraje, 39 % respondentů se voleb určitě chce účastnit. V roce 2010 se v tomto kraji voleb účastnila 62 % oprávněných voličů, můžeme tedy odhadovat, že aktuální účast by byla o něco nižší.
- Silné odhodlání přijít k volbám (určitě ano) významně častěji uvádějí senioři, vysokoškolsky vzdělaní, lidé s nadprůměrnými příjmy, a respondenti, kteří v roce 2010 volili parlamentní strany.

# VOLEBNÍ POTENCIÁL

Aktuální VOLEBNÍ POTENCIÁL ukazuje, kolik procent hlasů by strana mohla v daném kraji v současnosti hypoteticky získat, pokud by se k ní přiklonili všichni lidé, kteří její volbu reálně zvažují a nevyklučují účast u voleb

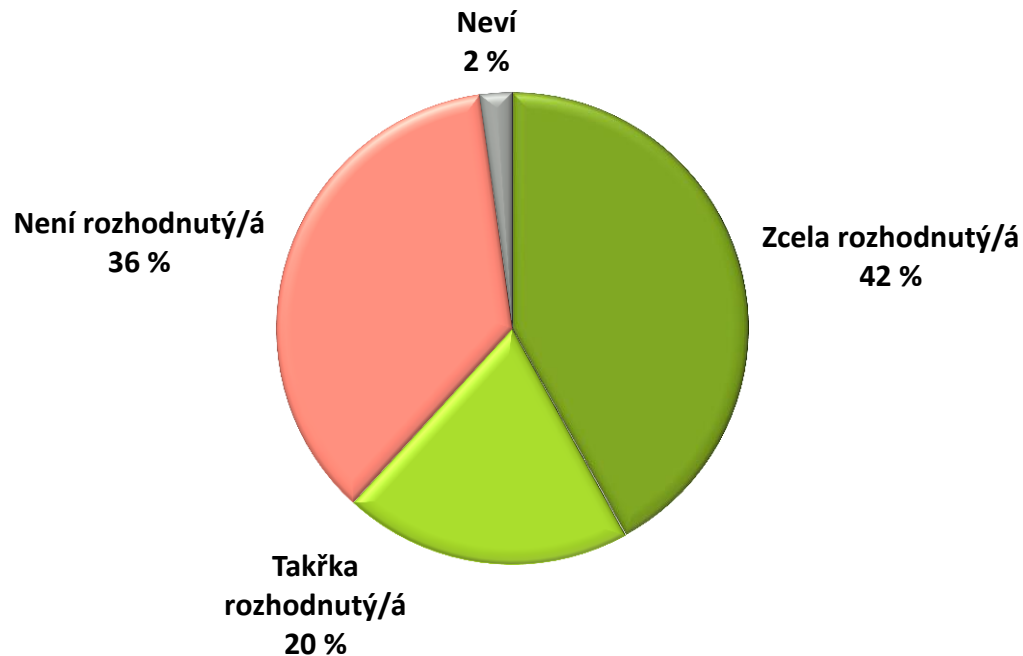


\*V grafu jsou zobrazeny strany se zjištěným volebním potenciálem min 3 %. Statistická odchylka činí +/- 1,5 % u malých stran až +/- 3,5 % u velkých stran .

- Nejvyššího volebního potenciálu na Olomoucku dosahuje ČSSD (37,5 %). Další v pořadí s výrazným odstupem následují KSČM, ANO 2011 a TOP 09. Silnou pozici v kraji má KDU-ČSL, naopak ODS zde viditelně zaostává.
- Volbu ČSSD významně častěji zvažují senioři, respondenti bez maturity a lidé, kteří tuto stranu volili i v roce 2010. O volbě KSČM častěji přemýšlejí lidé s nejnižším vzděláním, 87 % respondentů, kteří komunisty volili v minulých volbách o nich uvažuje znovu. Potenciální voliči ANO 2011 se častěji rekrutují z řad bývalých voličů VV a respondentů s maturitou či vysokoškolsky vzdělaných.

# PEVNOST ROZHODNUTÍ

Jste zcela rozhodnut(a), že byste v případě své účasti ve volbách do Poslanecké sněmovny v současnosti volil(a) právě tuto stranu?



n = 747 (respondenti nevyklučující účast u voleb)

- Zcela rozhodnutých o své volbě je aktuálně 42 % z obyvatel Olomoucka nevyklučujících svou účast ve volbách, podíl váhajících je 36 %. Volební preference tedy ještě nejsou dané a budou se s blížícími se volbami vyvíjet.
- Pevně rozhodnutí o tom, koho budou volit, jsou častěji muži, senioři, respondenti, kteří v minulých volbách hlasovali pro ČSSD a KSČM a také ti, kteří se voleb určitě chtějí účastnit. Potenciální voliči Úsvitu, ženy, politicky neukotvení (nepamatují si svou minulou volbu) a respondenti, kteří v minulých volbách nehlasovali (ačkoli účast v letošních volbách nevyklučují), zatím častěji váhají.



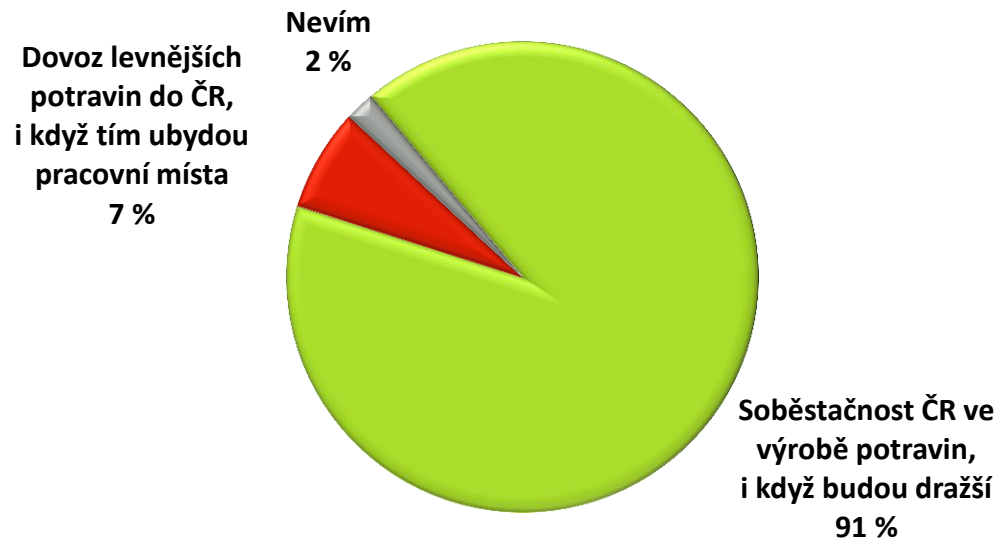
VÝSLEDKY VÝZKUMU

-

TEMATICKÉ OTÁZKY

# ZEMĚDĚLSKÁ POLITIKA ČR

Pro kterou z následujících dvou variant státní zemědělské politiky byste spíše hlasoval(a), pokud by bylo rozhodnutí na vás?

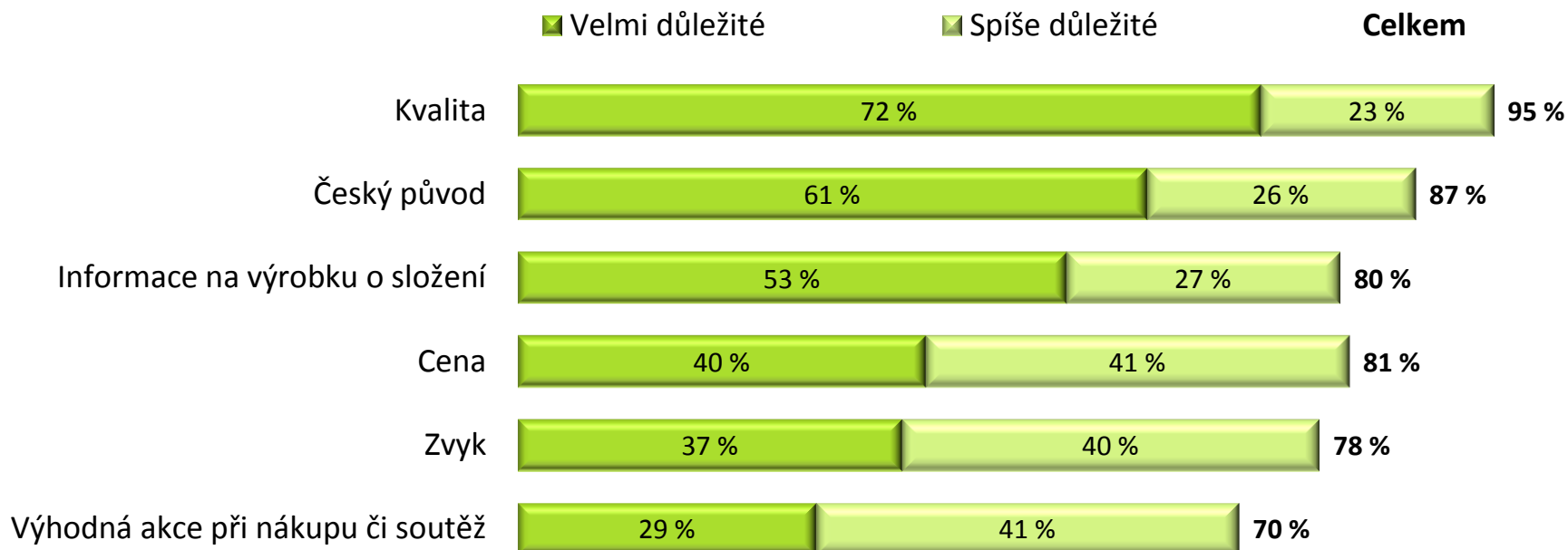


N = 1017

- Naprostá většina obyvatel Olomoucka se v oblasti zemědělské politiky přiklání k variantě soběstačnosti ČR ve výrobě potravin, i kdyby to znamenalo zvýšení cen. Pouze 7 % respondentů se vyslovuje pro dovoz levnějších potravin ze zahraničí.
- Významně častěji pro soběstačnost jsou lidé, kteří se určitě chtějí zúčastnit voleb. Naopak ti, kdo k volbám určitě nepřijdou, se častěji vyjadřují pro dovoz.

# DŮLEŽITOST FAKTORŮ PŘI NÁKUPU POTRAVIN

Které věci považujete při nákupu potravin za důležité?



N = 1017

\*Otázka byla dotazována na škále 1 = Velmi důležité až 4 = Zcela nedůležité. Pro přehlednost jsou zobrazeny pouze první dvě kategorie.

- Každému z nabízených faktorů přiřazuje určitou důležitost 70 % respondentů a více.
- Jako nejdůležitější se ukazuje kvalita potravin. Důležitá je pro plných 95 % respondentů, za velmi důležitou ji považují téměř tři čtvrtiny dotázaných.
- Český původ potravin v důležitosti předčí jejich cenu, 61 % respondentů jej považuje za velmi důležitý, zatímco cenu 40 %. Velmi důležitý je český původ častěji pro ženy, seniory, lidi bez maturity a s nejnižšími příjmy. Naopak není tolik důležitý pro mladé lidi do 29 let.

# PŘÍLOHA A – DEFINICE VOLEBNÍHO POTENCIÁLU

# DEFINICE VOLEBNÍHO POTENCIÁLU

## DEFINICE:

Aktuální **VOLEBNÍ POTENCIÁL** ukazuje, kolik procent hlasů by strana mohla v kraji v současnosti hypoteticky získat, pokud by se k ní přiklonili všichni lidé, kteří její volbu reálně zvažují a nevyklučují účast u voleb.

Do volebního potenciálu STRANY A vstupují pouze respondenti, kteří:

- nevyklučují účast u voleb (OT01) A ZÁROVEŇ:
  - uvedou spontánně danou politickou Stranu A jako hlavní preferovanou (OT02), NEBO:
  - uvedou spontánně jinou politickou stranu jako hlavní preferovanou (OT02), ale řeknou, že si v případě své účasti nejsou zcela jisti jejím výběrem (OT03) a mezi dalšími vážně zvažovanými uvedou STRANU A (OT04 a potvrzení v OT05), NEBO:
  - nevedou spontánně žádnou politickou stranu jako hlavní preferovanou (OT02) a mezi vážně zvažovanými uvedou STRANU A (OT04 a potvrzení v OT05)

# DEFINICE VOLEBNÍHO POTENCIÁLU

## OTÁZKY POUŽITÉ PŘI KONSTRUKCI VOLEBNÍHO MODELU

**OT01. Zúčastnil(a) byste se voleb do Poslanecké sněmovny, kdyby se konaly v příštím týdnu?**

- 1) Určitě ano → *na OT02*
- 2) Spíše ano → *na OT02*
- 3) Spíše ne → *na OT02*
- 4) Určitě ne → *přeskakuje na další blok*
- 5) Neví → *na OT02*

**OT02. Kterou stranu nebo hnutí byste do Poslanecké sněmovny nejspíše volil(a), kdyby se volby konaly v příštím týdnu? (otevřená otázka)**

*Pokud respondent uvede kandidující stranu → na OT03*

- 97) nevím, zatím nejsem rozhodnut(a) → *na OT04*
- 98) nemohu si vzpomenout na název strany → *na OT04*
- 99) odmítá uvést → *na OT04*
- 999) nevolí / určitě by nešel volit → *přeskakuje na další blok*

**OT03. Jste zcela rozhodnut(a), že byste v případě své účasti ve volbách do Poslanecké sněmovny v současnosti volil(a) právě tuto stranu.....?**

- 1) Zcela rozhodnutý/á – jinou stranu bych teď nevolil(a) → *přeskakuje na další blok*
- 2) Takřka rozhodnutý/á – ale zvažoval(a) bych i jiné strany / stranu → *na OT04*
- 3) Nejsem rozhodnutý/á – uvedená strana je jen jedna ze zvažovaných → *na OT04*

# DEFINICE VOLEBNÍHO POTENCIÁLU

## OTÁZKY POUŽITÉ PŘI KONSTRUKCI VOLEBNÍHO MODELU

**OT04** (*Znění pro OT02<97*). Uvedl(a) jste, že byste nyní zřejmě volil(a)....., ale nejste si tímto výběrem zcela jistý/á. O jakých dalších stranách vážně uvažujete a je reálná šance, že byste je v současnosti volil(a)?

**OT04** (*Znění pro OT02=97,98,99*). Neuvedl(a) jste, jakou stranu byste nyní volil(a). O jakých stranách vážně uvažujete a je reálná šance, že byste je v současnosti volil(a)?

*Respondentovi jsou postupně a v náhodném pořadí čteny jednotlivé názvy kandidujících politických subjektů, u každé z nich možnosti odpovědi ANO / NE / NEVÍM, NEZNÁM STRANU*

*Pokud uvedl(a), že zvažuje volbu více stran:*

**OT05.** Uvedl(a) jste více stran, jejichž volbu byste zvažoval(a). O kterých z těchto stran uvažujete skutečně vážně a mají opravdu reálnou šanci, že byste je v současnosti mohl(a) volit?

*Výběr ze seznamu zvažovaných stran seřazených v náhodném pořadí*

# DEFINICE VOLEBNÍHO POTENCIÁLU

## Volební potenciál neobsahuje hypotetické sympatizanty:

Do aktuálního volebního potenciálu strany vstupují jen lidé, kteří potvrdí, že reálně a vážně zvažují volbu dané strany (OT04 a OT05) – tedy skuteční aktuální potenciální voliči (ne všichni lidé, pro které je daná strana přijatelná, hypoteticky volitelná apod.).

## Suma volebních potenciálů není 100 %:

Člověk, který vážně zvažuje volbu STRANY A a STRANY B je potenciálním voličem obou z nich. Ukazatel aktuálního volebního potenciálu je tedy nutno chápat pro každou stranu odděleně.

## Statistická chyba:

I volební potenciál je tzv. výběrový ukazatel = číslo spočítané z reprezentativního vzorku respondentů, které vztahujeme na celou populaci. I on tedy obsahuje nejistotu v podobě kvantifikovatelné statistické chyby. Ta je však menší než např. u klasických volebních modelů.

## Jak je ukazatel konstruován:

Volební potenciál strany A předpokládá, že všichni respondenti vážně zvažující stranu A a nevylučující volební účast, půjdou k volbám a budou stranu A volit. Ukazatel předpokládá, že **všichni ostatní lidé se zachovají nejpravděpodobnějším způsobem avizovaným ve výzkumu**. Vzorec na výpočet aktuálního volebního potenciálu tedy vypadá takto:

$$\text{VOLEBNÍ POTENCIÁL STRANY A} = \frac{\text{POTENCIÁLNÍ VOLIČI STRANY A}}{\text{VŠICHNI RESPONDENTI, KTEŘÍ BY SE ZA DANÉ SITUACE ÚČASTNILI VOLEB*}}$$

*\*Všichni respondenti avizující účast u voleb (určitě ano + spíše ano) + všichni další potenciální voliči Strany A, kteří nevylučují účast u voleb a strana by je v případě plného využití volebního potenciálu k účasti „přiměla“.*



# VOLEBNÍ POTENCIÁL – VÝHODY SELEKČNÍHO KRITÉRIA

**Zachovává se logika média jako zprostředkovatele volebních argumentů.** Mizí paradox, že kritériem výběru pro debatu, která spolurozhoduje o volebním zisku, je samotný ukazatel odhadu zisku v hypotetických volbách (volební model). Naopak, do debaty se dostávají strany a hnutí, které mají největší šanci (potenciál) uspět právě když budou například přesvědčivě argumentovat v debatách.

**Nenutí nerozhodnuté respondenty k výběru jedné strany.** Tento výběr často probíhá podle situačních aspektů (aktuální síla kampaně apod.), je ovlivněn metodikou výzkumu (např. spontánní otázka / karty) a může být časově nestálý (týden před debatou by ze dvou zvažovaných stran vybral jinou než den po debatě).

**Nediskriminují se malé strany, které často mají potenciál na překročení 5% hranice,** ale volební model jejich nejpravděpodobnější aktuální zisk může situovat těsně pod 5% hranici, což může být chybně a předčasně chápáno jako signál malých šancí na vstup do PSP.

**Do ukazatele vstupuje více respondentů** než v klasickém volebním modelu (i váhající a nejistí voliči), potenciál je tak **zatížen menší statistickou chybou** než volební model.

**Nediskriminuje strany, které jsou reálně zvažované, ale nejsou tzv. top-of-mind** uváděnou při „donucení“ k jedné odpovědi např. ve spontánní otázce.

**Může neutralizovat sociálně desirabilní odpovědi** („Styděl bych se říct, že chci asi volit stranu X, ale mezi dvěma reálně zvažovanými ji uvedu.“), které vychylují výzkumy oproti anonymním volbám.

# PŘÍLOHA B – INFORMACE O SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT

# INFORMACE O SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT

## VÝZKUMNÉ AGENTURY:

Na základě zkušeností z krajských a senátních voleb 2012 bude ČT realizovat výzkumy na úrovni krajů se dvěma renomovanými společnostmi pro výzkum trhu a veřejného mínění.

MEDIAN



STEM/MARK



Hlavním důvodem angažování těchto dvou agentur je:

- možnost využít dvě na sobě nezávislé tazatelské sítě v rámci jednoho výzkumu
- dlouhodobé zkušenosti s výzkumy podobného typu a předchozí dlouhodobá spolupráce s ČT
- obě agentury mají zkušenost s metodikou CAPI i CATI i s děleným sběrem dat prováděným paralelně dvěma společnostmi
- členství ve sdružení SIMAR, které zaručuje kvalitu a nejvyšší odborné standardy v oblasti výzkumu trhu
- ani jedna z agentur není spojena s politickými subjekty a stranami
- obě společnosti poskytují výrazně nadstandardní kontrolu provedených rozhovorů, disponují dostatečně širokou a strukturovanou sítí zkušených tazatelů a jsou schopny zajistit extenzivní dohled nad jejich prací

# INFORMACE O SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT

## VZOREK

V každém kraji bude dotazován reprezentativní vzorek dospělé populace, a to minimálně **1 000 respondentů** (každá agentura bude realizovat min. 500 rozhovorů). Kvótní výběr podle pohlaví, věku, vzdělání, velikosti místa bydliště a okresu v příslušném kraji.

## DOTAZNÍK

**Délka 6-10 minut**, bude obsahovat základní demografické otázky, otázky pro konstrukci volebního potenciálu a ad hoc otázky pro zjištění postojů k regionálním a krajově specifickým otázkám.

## METODA SBĚRU DAT

Data budou sbírána kombinací metod osobního dotazování **CAPI** (Computer-Assisted-Personal-Interview) a telefonického dotazování **CATI** (Computer-Assisted-Telephone-Interview), a to **v poměru 1:1**. Každá z agentur bude realizovat min. 250 rozhovorů CAPI a 250 rozhovorů CATI. Ke kombinaci metod sběru dat ČT přistoupila na základě zkušeností z posledních voleb a také na základě doporučení sdružení SIMAR.

## KONTROLA DAT

Zvolené metodika umožňuje zpětnou kontrolu **téměř 100 %** provedených rozhovorů, a to ve formě přímého náslechu prováděného rozhovoru (CATI) či poslechu audionahrávky (CATI a CAPI).

# POSTUPY ZAJIŠŤUJÍCÍ KVALITU SBĚRU DAT

<b>Kontroly rozhovorů</b>	Všechny rozhovory (v metodách CAPI i CATI) jsou nahrávány. Náslechy a kontrola nahrávek odhalí případná pochybení tazatele. Rozhovory, které neprojdou kontrolami, jsou vyřazovány.
<b>Eliminování vlivu tazatelů</b>	Jeden CAPI tazatel může v kraji sebrat maximálně 15 rozhovorů – podílí se tedy maximálně na 1,5 % celkového vzorku. Vliv jednotlivého tazatele na výsledky je tedy minimální. Tazatel nesmí sbírat ve vlastní obci, pokud tato obec má do 1 999 obyvatel a je tak velká šance, že jej zná většina potenciálních respondentů v dotazovaném území.
<b>Rozložení sběru do většího území</b>	Paralelní osobní a telefonický sběr dat dvěma agenturami umožňuje v rámci kraje zasáhnout výrazně větší a různorodější území. V rámci jednoho kraje tak pocházejí rozhovory z 80 – 130 obcí a měst (dle regionální struktury kraje).
<b>Zasažení větší části populace</b>	Kombinace více metod sběru (CAPI, CATI) zvyšuje zasažitelnost různých částí populace. Trochu jiní lidé jsou dostupní a ochotní odpovídat telefonicky a jiní naopak osobně. Telefonický výzkum probíhá ze 70 % na mobilní telefony a ze 30 % na pevné linky, aby nedocházelo k vychýlení výzkumu nerovnoměrností penetrace moderních technologií.
<b>Eliminování vlivu specifických obcí</b>	V obci do 1 999 obyvatel není sbíráno více než 10 rozhovorů, aby se obecně snížil vliv možného výběru specificky malé obce na celkové výsledky. Z výběru oblastí pro CAPI sběr jsou vyřazeny volebně zcela extrémní obce (extrémní nadhodnocení či podhodnocení některé strany ve volbách 2010 vzhledem k referenční oblasti kraj x VMB), aby se omezil jejich vliv na celková data.
<b>Sběr dat v delším období</b>	Sběr dat v kraji není bleskový (během 1-2 dnů), ale zasahuje delší období. Tím se vyrovnává zastižitelnost různých typů lidí, která je jinak omezena sběrem v omezené časové době.
<b>Důkladná reprezentativita</b>	Při kontrolách reprezentativity nejsou zohledňovány jen základní sociodemografické znaky (pohlaví, věk, vzdělání, okres, velikost obce), ale i další znaky související úzce s volebními preferencemi (pracovní status respondenta, minulé volební chování).