

■ ■ ■ ■ TISKOVÁ ZPRÁVA



25. června 2010

Rozhodování českých voličů

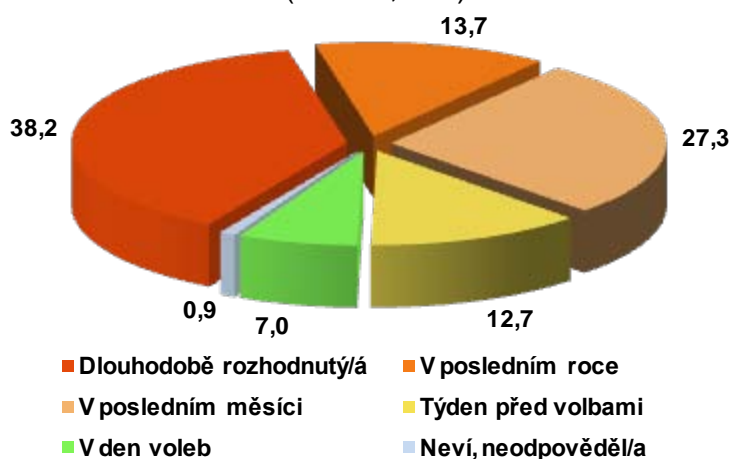
Jen polovina zúčastněných voličů měla už měsíc před volbami jasno, komu dají hlas. Téměř 370.000 občanů se rozhodlo teprve v den voleb.

Na rozhodování voličů měly větší vliv diskusní pořady v médiích než reklama stran v médiích a na plakátech.

Dotazování proběhlo ve dnech 4.6. – 9.6.2010 (tedy týden po skončení voleb do PSP ČR) na reprezentativním vzorku 952 občanů ČR ve věku od 18 let, získaném kvótním výběrem.

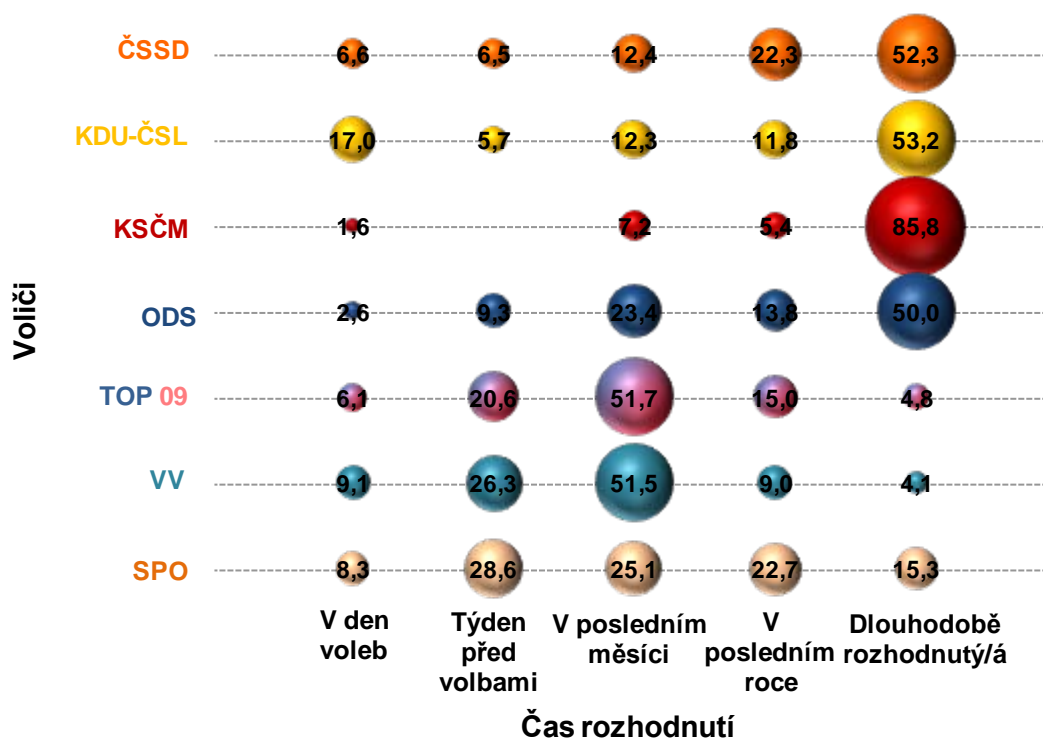
Mezi zúčastněnými voliči měly téměř dvě pětiny (38,2 %) již dříve než rok před volbami jasno, koho budou volit. Ještě měsíc před volbami nebylo 48,1 % později zúčastněných voličů rozhodnuto, komu dají hlas. Pětina hlasujících se naopak rozhodovala těsně před volbami: 12,7 % v posledním předvolebním týdnu a 7,0 % přímo v den voleb.

Čas, kdy vzniklo rozhodnutí koho volit
(N=607, v %)



Mezi dlouhodobě rozhodnuté voliče patří, celkem pochopitelně, příznivci déle působících politických subjektů. Pro nově vzniklé strany se nejvíce jejich voličů rozhodlo měsíc nebo dokonce jen týden před volbami.

Čas rozhodnutí koho volit podle voličů jednotlivých stran (v %)

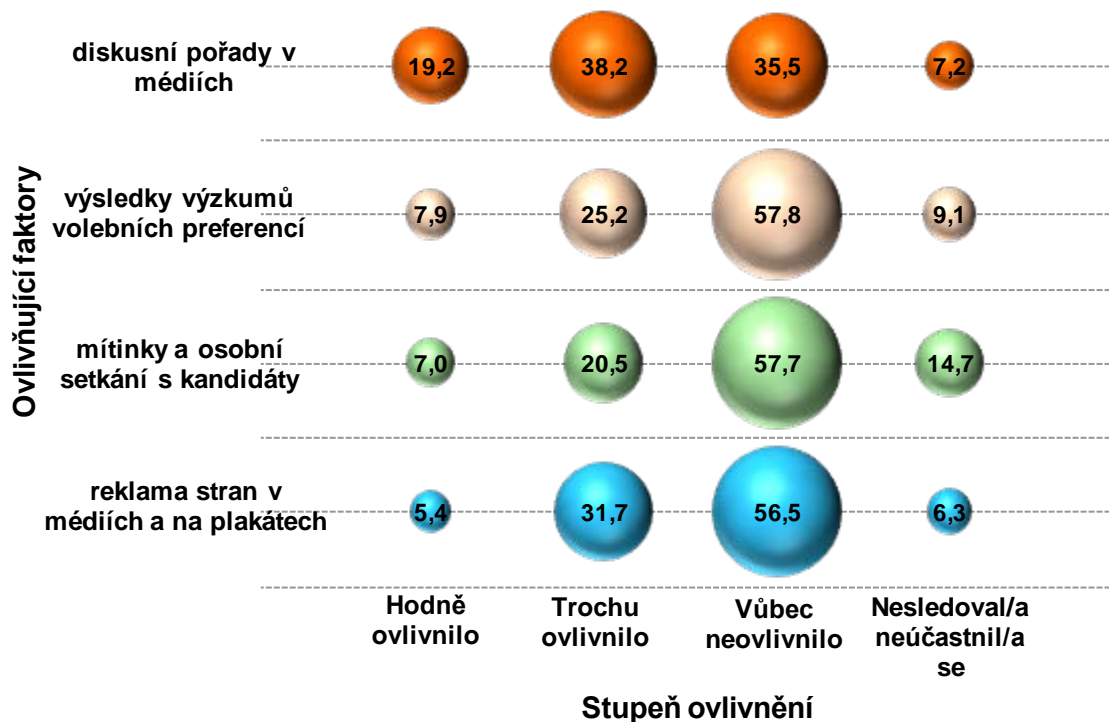


Nejvyšší podíl dlouhodobě rozhodnutých voličů je mezi příznivci KSČM. Dříve než rok před volbami měla o svém hlasu jasno také většina voličů KDU-ČSL (53,2 %) a ČSSD (52,3 %) a také polovina elektorátu ODS (50,0 %). U „tradičních“ stran překvapuje významný podíl voličů KDU-ČSL, kteří svoje rozhodnutí učinili na poslední chvíli, v den voleb.

Ze způsobů, kterými se politické strany snaží před volbami ovlivnit voliče, se jako nejefektivnější jeví diskuse v médiích. Pouze 7,2 % voličů diskusní pořady v televizi nebo rozhlasu vůbec nesledovalo. Téměř dvě pětiny (38,2 %) voličů přiznávají, že je předvolební diskuse ovlivnila alespoň zčásti, a pětina (19,2 %) uvádí, že je to ovlivnilo významně. Významným faktorem při rozhodování voličů jsou také publikované výsledky výzkumů volebních preferencí, které ovlivnily třetinu zúčastněných voličů (trochu 25,2 %; hodně 7,9 %). Jen jeden z jedenácti zúčastněných voličů výsledky průzkumů nesledoval vůbec.

I když jsou mítinky a osobní setkání s kandidáty možností pro bezprostřední a sugestivní působení na veřejnost, většina voličů zůstala těmito akcemi neovlivněná. Významný vliv přiznává 7,0 % a částečné ovlivnění připouští 20,5 % zúčastněných voličů. Reklama politických stran v médiích a na plakátech výrazně ovlivnila 5,4 % účastníků voleb a necelou třetinu z nich (31,7 %) ovlivnila alespoň trochu.

Vybrané ovlivňující faktory a jejich dopad na rozhodování voličů (v %)



Text otázek:

P1. V ČR právě proběhly volby do Poslanecké sněmovny parlamentu, zúčastnil/a jste se voleb, byl/a jste volit?

Ano	1	<input type="text"/>
Ne	2	<input type="text"/>

P4. Kdy jste se rozhodl/a volit právě tuto stranu?

V den voleb	1	<input type="text"/>
Týden před volbami	2	<input type="text"/>
V posledním měsíci před volbami	3	<input type="text"/>
V posledním roce	4	<input type="text"/>
Jsem již dlouhodobě rozhodnutý/á	5	<input type="text"/>
NEVÍ, NEODPOVĚDĚL	9	<input type="text"/>

P7. Máte pocit, že Vaše rozhodnutí, koho volit...

	HODNĚ 1	TROCHU 2	VŮBEC 3	NESLEDOVAL NEÚČASTNIL SE 9	
a. ...ovlivnila reklama stran v televizi, rozhlase, novinách a na plakátech?	1	2	3	9	<input type="text"/>
b. ...ovlivnila Vaše zkušenost z předvolebních mítinků a z osobních setkání s kandidáty?	1	2	3	9	<input type="text"/>
c. ...ovlivnily předvolební diskusní pořady v televizi a v rozhlase?	1	2	3	9	<input type="text"/>
d. ...ovlivnily zveřejňované výsledky výzkumů volebních preferencí?	1	2	3	9	<input type="text"/>

-konec-

Informace o Factum Invenio:

Společnost Factum poskytuje své služby od roku 1991, kdy byla založena jako jedna z prvních soukromých agentur výzkumu trhu v bývalém Československu. Je známa díky dokonalé znalosti české společnosti a českého trhu. Mezinárodní zkušenosti získala zejména díky mnohaleté participaci na činnosti předního světového řetězce TNS, v němž působila jako Sofres-Factum a později TNS Factum. S téměř 40 kvalifikovanými zaměstnanci a tisícovkou vyškolených tazatelů se řadí mezi top 10 výzkumných agentur v České republice. Vedle klasického marketingového výzkumu nabízí Factum Invenio také konzultace a návrhy komplexních marketingových řešení.

Factum Invenio je členem mezinárodní asociace marketingového výzkumu ESOMAR), členem mezinárodní asociace spolupracujících výzkumných agentur Global, členem České marketingové společnosti, Britské obchodní komory a Francouzsko-české obchodní komory. Pro zabezpečení maximální kvality služeb dodržuje při dotazování a zpracování údajů metodická pravidla a etické principy těchto organizací. V roce 2005 založila mezinárodní síť výzkumných agentur Factum Group, která působí ve střední Evropě (www.factum-group.com) a v roce 2009 vytvořila spolu s ppm europe skupinu ppm factum. Další informace naleznete na www.ppmfactum.cz.

Informace o ppm factum:

Skupina ppm factum vznikla propojením několika společností v čele s ppm europe. Tato společnost (a její právní předchůdci) poskytuje své služby od roku 1999. Odborné veřejnosti je známa díky velmi dobré orientaci na českém a slovenském maloobchodním trhu. V posledních letech úspěšně rozšiřuje své služby v celém regionu střední a východní Evropy včetně Ruska. Působí v ní téměř 30 kvalifikovaných odborníků a více než 1.500 externích spolupracovníků – auditorů, merchandiserů a prodejních konzultantů. V České republice je největší agenturou poskytující marketingové služby. Nabízí komplexní marketingová řešení i jejich realizaci: audit maloobchodního trhu, měření efektivity obchodních týmů, merchandisingový servis, prezentace, ochutnávky a outsourcing obchodních činností.

ppm factum je členem evropského sdružení field marketingu EFMP a držitelem certifikace ISO 9001. Pro zabezpečení maximální kvality služeb dodržuje metodická pravidla a etické principy EFMP i podmínky ISO. Další informace naleznete na www.ppmfactum.cz .

Pro další informace prosím kontaktujte:**Jan Herzmann**

Tel.: +420 731 403 699

Fax: +420 233 111 002

e-mail: herzmann@ppmfactum.cz