



MEDIAN SK



Mediálne  
prieskumy



MML-TGI



Softvér



Ad-hoc  
prieskumy



Vývoj  
technológií

# TLAČOVÁ SPRÁVA

## Prieskum aktuálnych tém

### Voľby do Národnej rady SR, volebné preferencie a ich vývoj November a december 2013

9.1.2014

#### **PRIESKUM TRHU, MÉDIÍ A VEREJNEJ MIENKY, VÝVOJ SOFTVÉROV**

Kremnická 6, Petržalka - Dvory, 851 01 Bratislava V

tel.: 02 / 5443 5539, fax: 02 / 5464 8064

e-mail: [median@median.sk](mailto:median@median.sk)

[www.median.sk](http://www.median.sk)

OFICIÁLNY PARTNER:

KANTAR MEDIA GROUP PRE SLOVENSKO

# METODOLÓGIA ZBERU A SPRACOVANIA DÁT

Realizátor: MEDIAN SK, s.r.o.  
Prieskum trhu, médií a verejnej mienky, vývoj softvérov

Terénny zber dát prebiehal v termíne od 11.11.2013 do 15.12.2013 náhodným kvótnym výberom (kvóty: vek, pohlavie, vzdelanie, veľkosť miesta bydliska /VMB/, kraj a v južných okresoch Slovenska národnosť). Respondenti tvoria reprezentatívnu vzorku populácie SR podľa údajov ŠÚ SR.

Prieskumu verejnej mienky zameranej na voľby do Národnej rady SR sa zúčastnilo 1.107 respondentov vo veku 18 až 79 rokov.

Metodológia zberu: osobné rozhovory (metóda „face-to-face“, tzv. „PAPI“) /cca 90% vzorky/ a samostatné vyplnenie webdotazníka respondentom (metóda „self-complete CAWI“, respondenti zaradení do prieskumu na základe regrutácie osobným rozhovorom, telefonicky príp. naregrútovaním z iných prieskumov) /cca 10% vzorky/.

„Volebný model“ spoločnosti MEDIAN SK vychádza z preferencií voličov, ktorí avizujú účasť na voľbách do Národnej rady SR a vedia, koho by v danom okamihu volili. Pri výpočte sa tiež prihliada k volebnému správaniu respondentov pri posledných parlamentných voľbách a k trendom volebnej podpory.

Výsledky reprezentujú preferencie za obdobie, v ktorom prebiehalo opytovanie, t.j. v mesiaci november a december 2013.

# METODICKÝ PRÍSTUP

Spôsob skúmania volebných preferencií, ktorý je základom pre tvorbu volebného modelu spoločnosti MEDIAN SK, využíva metódu spontánneho vyjadrenia sa respondentov na položenú otázku. Tento zvolený metodický prístup využíva spoločnosť MEDIAN SK v súčasnosti ako jedna z mála, ak nie ako jediná, spomedzi ostatných prieskumných agentúr v SR. Väčšina z nich respondentom pri opytovaní predkladá kartu s vopred vybranými politickými stranami, prípadne ich anketári respondentom pri opytovaní vymenúvajú a respondenti si z danej ponuky vyberajú.

Spontánne odpovede sú oprosté od akéhokoľvek ovplyvnenia poradím jednotlivých strán v zozname, či vynechaním niektorej z ponúkaných strán. Vzhľadom na skutočnosť, že s výnimkou krátkeho obdobia pred skutočnými voľbami nie je objektívne známy kompletný zoznam strán, ktoré sa chcú uchádzať o priazeň voličov, MEDIAN SK necíti morálne právo uskutočniť „predvýber“ niektorých strán a uprednostniť ich tak pred ostatnými subjektmi registrovanými na MV SR ako politické strany alebo hnutia (ktorých je niekoľko desiatok).

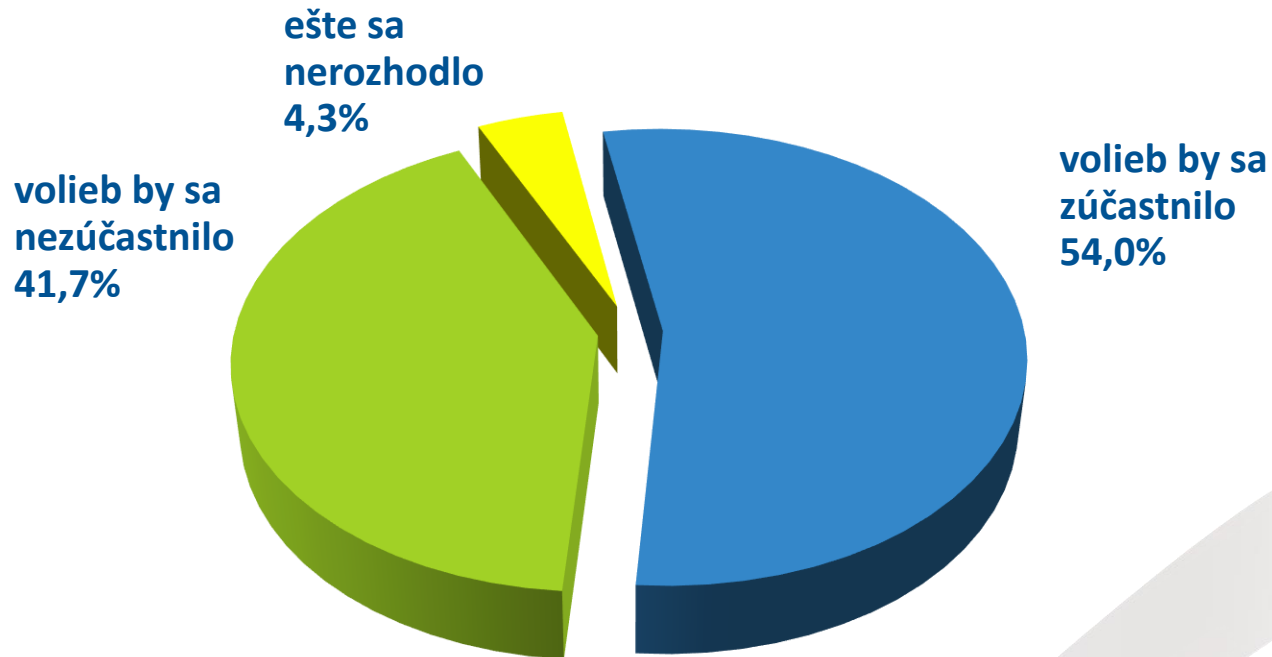
Z odborného hľadiska, určitou nevýhodou nami zvolenej metódy spontánnych odpovedí môže byť silnejšia pozícia strán, ktoré pôsobia na politickej scéne dlhodobo, pretože si ich respondenti viac pamätajú a môžu ich pri spontánnej odpovedi zamýšľanej volenej strany skôr spomenúť, než novovzniknuté politické zoskupenia.

MEDIAN SK skúma voličské nálady kontinuálne a meria ich vždy počas celých štyroch týždňov (každý deň je uskutočnených niekoľko rozhovorov) a nie len v obmedzený, napr. jeden vopred určený, týždeň.

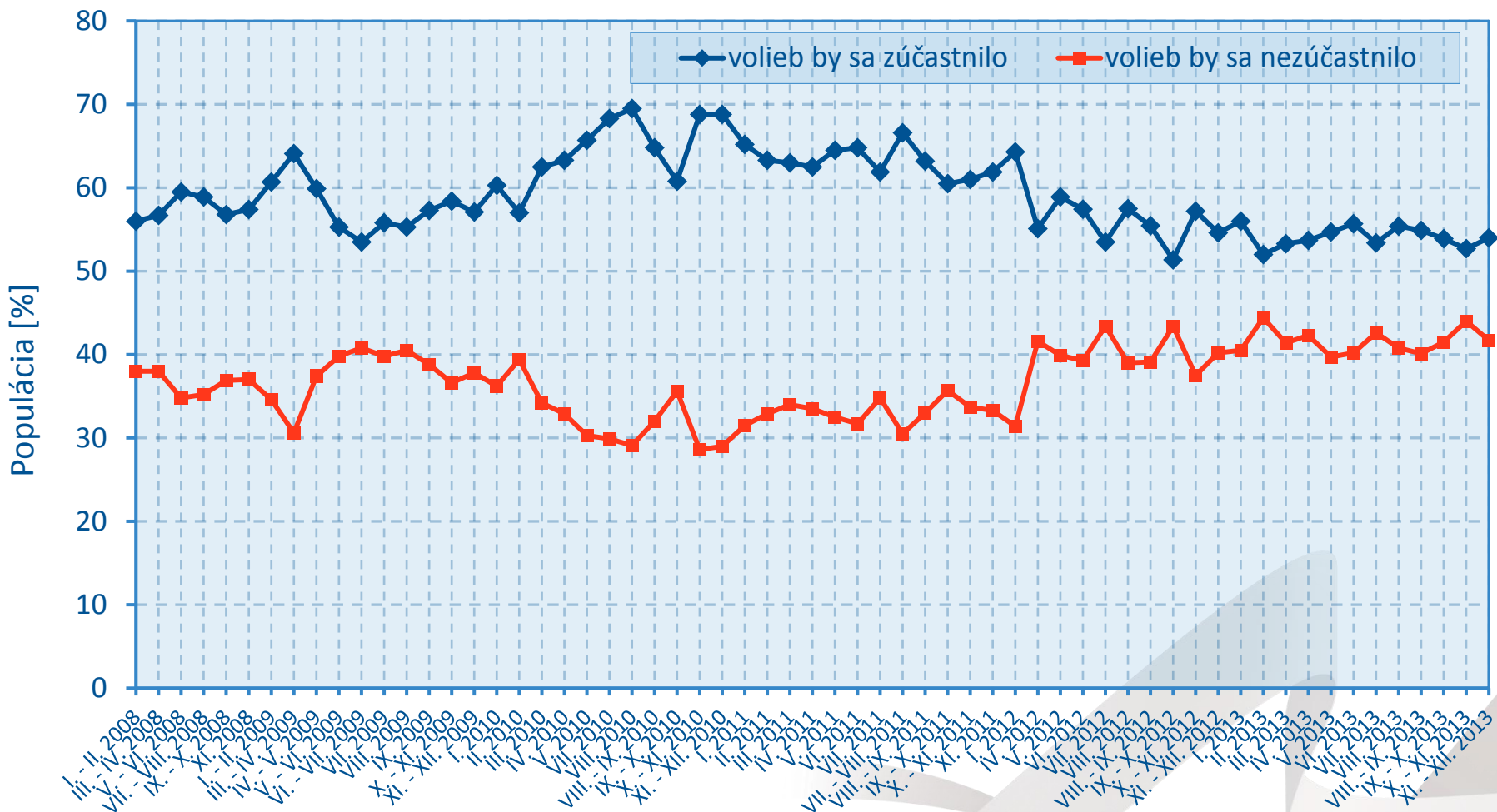
Z uvedených dôvodov sa môžu v niektorých prípadoch uverejnené výsledky volebného modelu MEDIAN SK oproti iným spoločnostiam mierne líšiť. Údaje vytvoreného volebného modelu ba sa však mali čo najviac blížiť skutočnému volebnému výsledku, ak by sa voľby do NR SR konali v období, v ktorom bol prieskum realizovaný.

# ÚČASŤ VO VOĽBÁCH

Na otázku „Keby zajtra boli voľby do Národnej rady SR, zúčastnili by ste sa ich?“ odpovedali: určite áno by sa zúčastnilo 29,6% a skôr áno 24,4% opýtaných, skôr nie 8,2% a určite nie 33,5%. 4,3% odpovedalo, že sa ešte nerozhodli, či by sa volieb zúčastnili.



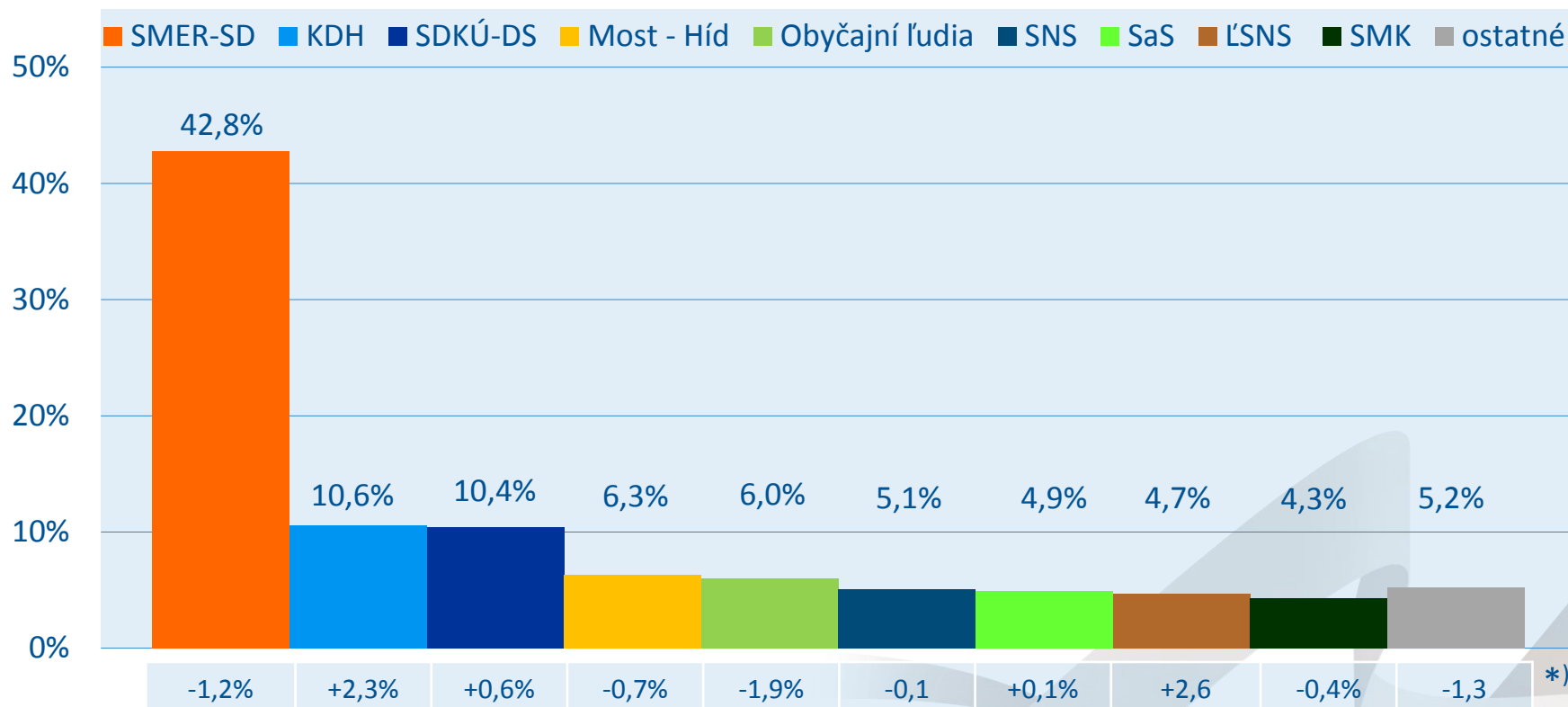
# VÝVOJ VOLEBNEJ ÚČASTI



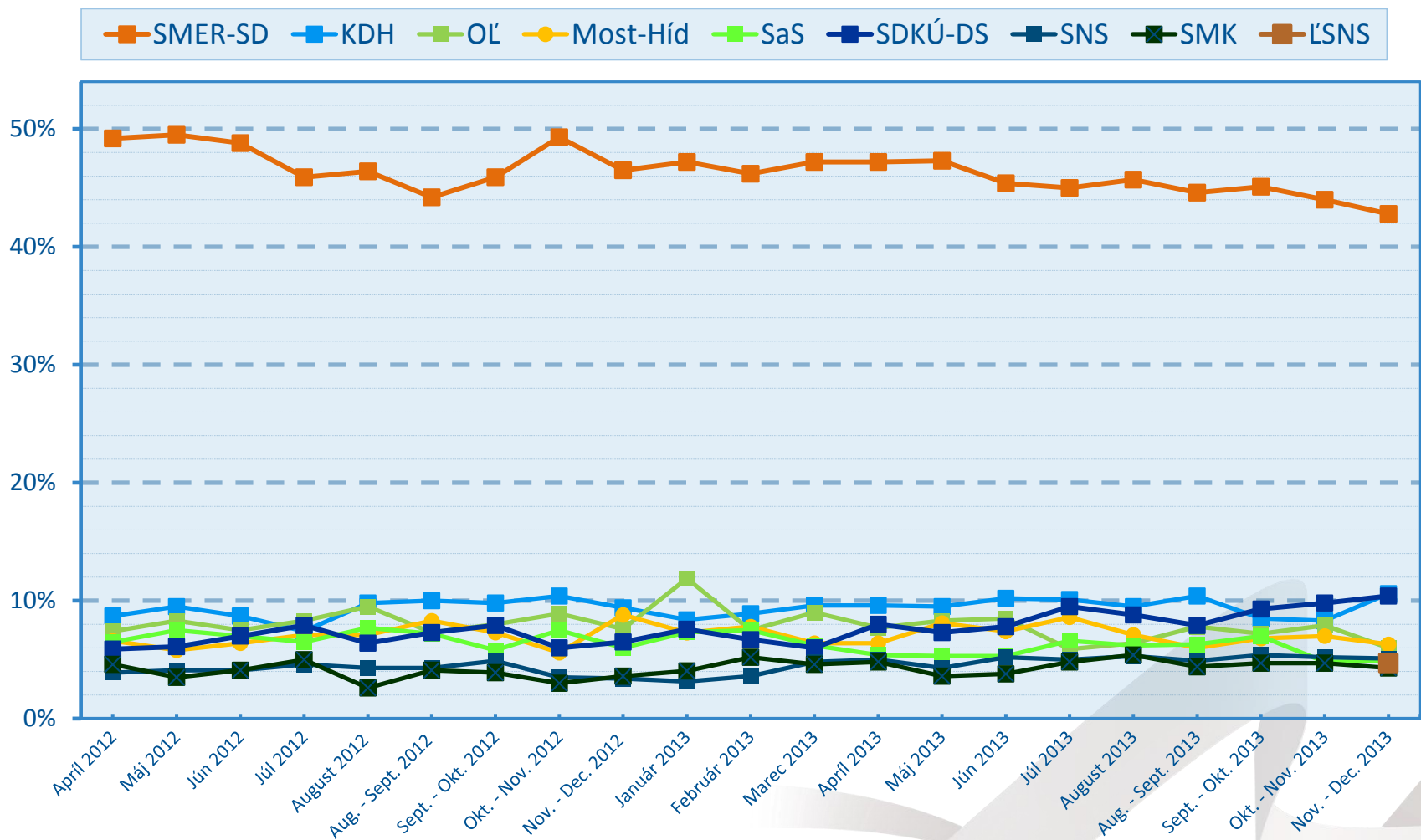
# VOLEBNÝ MODEL MSK

## % hlasov rozhodnutých voličov

Zo spontánnych odpovedí respondentov na následne položenú otázku „Pokiaľ by ste sa ich zúčastnili, akú stranu alebo hnutie by ste volili?“ bol vyrátaný volebný model spoločnosti MEDIAN SK: 42,8% by hlasovalo za stranu SMER - sociálna demokracia, na druhom mieste s 10,6% by skončilo KDH, tretie je SDKÚ-DS s 10,4%. Na štvrtom mieste je Most-Híd so 6,3%. Nasledujú Obyčajní ľudia so 6% a SNS s 5,1%, SaS by získalo 4,9%, ĽSNS by dosiahla 4,7% a SMK 4,3%. Podpora žiadnej ďalšej strany ani hnutia by nepresiahla tri percentá.



# VÝVOJ VOLEBNÉHO MODELU



# VÝVOJ VOLEBNÉHO MODELU

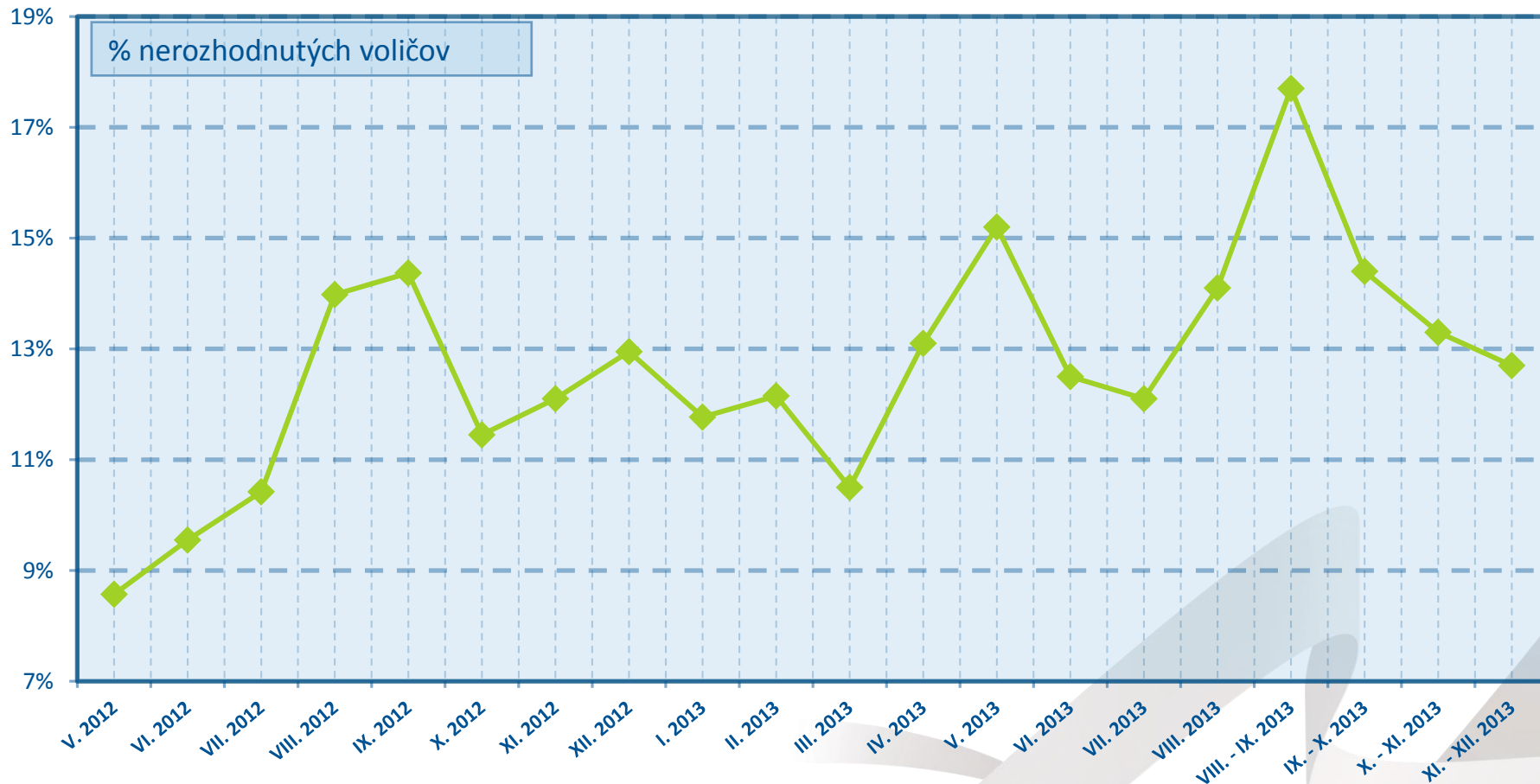
zhrnutie

POLITICKÁ STRANA / HNU Tie	Január	Február	Marec	Apríl	Máj	Jún	Júl	August	Aug. - Sept.	Sept. - Okt.	Okt. - Nov.	Nov. - Dec.
	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013	2013
SMER-SD	47,2%	46,2%	47,2%	47,2%	47,3%	45,4%	45,0%	45,7%	44,6%	45,1%	44,0%	42,8%
KDH	8,4%	8,9%	9,6%	9,6%	9,5%	10,2%	10,1%	9,5%	10,4%	8,5%	8,3%	10,6%
SDKÚ-DS	7,6%	6,7%	6,0%	8,0%	7,3%	7,8%	9,5%	8,8%	7,9%	9,3%	9,8%	10,4%
Most-Híd	7,3%	7,8%	6,4%	6,4%	8,1%	7,4%	8,6%	7,1%	6,0%	6,8%	7,0%	6,3%
OL	11,9%	7,5%	9,0%	7,7%	8,3%	8,5%	5,9%	6,4%	7,8%	7,2%	7,9%	6,0%
SNS	3,0%	3,6%	4,8%	5,0%	4,3%	5,2%	5,0%	5,3%	4,9%	5,4%	5,2%	5,1%
SaS	7,3%	7,5%	6,2%	5,4%	5,3%	5,3%	6,6%	6,2%	6,3%	7,0%	4,8%	4,9%
ĽSNS	-	-	-	-	-	-	-	0,8%	1,3%	2,3%	2,1%	4,7%
SMK	4,0%	5,2%	4,6%	4,8%	3,6%	3,8%	4,8%	5,4%	4,4%	4,7%	4,7%	4,3%



# NEROZHODNUTÍ VOLIČI

Graf zobrazuje percento voličov, ktorí v čase opytovania neboli rozhodnutí resp. nechceli uviesť koho budú voliť, ale zároveň uviedli, že sa volieb zúčastnia.



**MEDIAN SK** je slovenská nezávislá súkromná spoločnosť pre prieskum trhu, médií, verejnej mienky a pre vývoj analytických a marketingových softvérov, založená v roku 2002. S ňou úzko spolupracujúca česká spoločnosť MEDIAN pôsobí na slovenskom trhu od roku 1993. MEDIAN SK realizuje všetky typy kvalitatívnych a kvantitatívnych prieskumov.

Garancia kvality - členstvo a spolupráca:

E.S.O.M.A.R. (Európske združenie prieskumných spoločností)

KMR Group (Kantar Media Research Group)

Intersearch Network

American Marketing Association

Median s.r.o., Česká republika

Hodnoty v grafe sú uvádzané v desatinných číslach.

Hodnoty v texte sú zaokrúhľované podľa matematických pravidiel na jednu desatinu %, prípadne na celé tisíce.

Pri zverejňovaní výsledkov je potrebné citovať presne zdroj údajov.

Ako prameň je potrebné použiť toto označenie:

**MEDIAN SK, PAT 2013/XI - XII**

Termín zverejnenia tlačovej správy: 9.1. 2014