



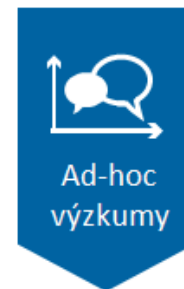
Mediální
výzkumy



MML-TGI



Software



Ad-hoc
výzkumy



Vývoj
technologií

Transparentní financování jako faktor stranické důvěry

24. 6. 2016

VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ A VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, VÝVOJ SOFTWARE

Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9,

tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101

e-mail: median@median.cz

Zpracováno pro připravovanou studii:

**Frank Bold**

Metodika výzkumu

Velikost vzorku N = 806 respondentů ve věku 18 a více let

Termín dotazování 17. 6. 2016 – 23. 6. 2016

Metoda sběru dat Telefonické dotazování vyškolenými tazateli (CATI)

Výběr Náhodný výběr / generování pevných a mobilních linek

Reprezentativita výzkum je reprezentativní pro populaci ČR 18+ podle:

- Základních sociodemografií (kraj, věk, pohlaví, vzdělání, velikosti obce),
- Minulého volebního chování (hrubě - dovážení dat)

Realizátor a zadavatel výzkum realizovala společnost MEDIAN s.r.o. exkluzivně pro Frank Bold

Statistická chyba Náhodná statistická odchylka činí +/- 1,5 procentního bodu u postojů, které zastává 5 % respondentů, až +/- 5 procentních bodů u postojů, které zastává 50 % respondentů.



MEDIAN



TRANSPARENTNÍ FINANCOVÁNÍ

Co ovlivňuje důvěru respondentů ve strany

Průhledné financování strany – vím, kdo ji financuje a jak platí kampaň



Detailní znalost programu strany



Osobnosti ve straně



Počet členů a zázemí v regionální politice



Zda je strana levicová či pravicová



Dlouhodobá existence na politické scéně



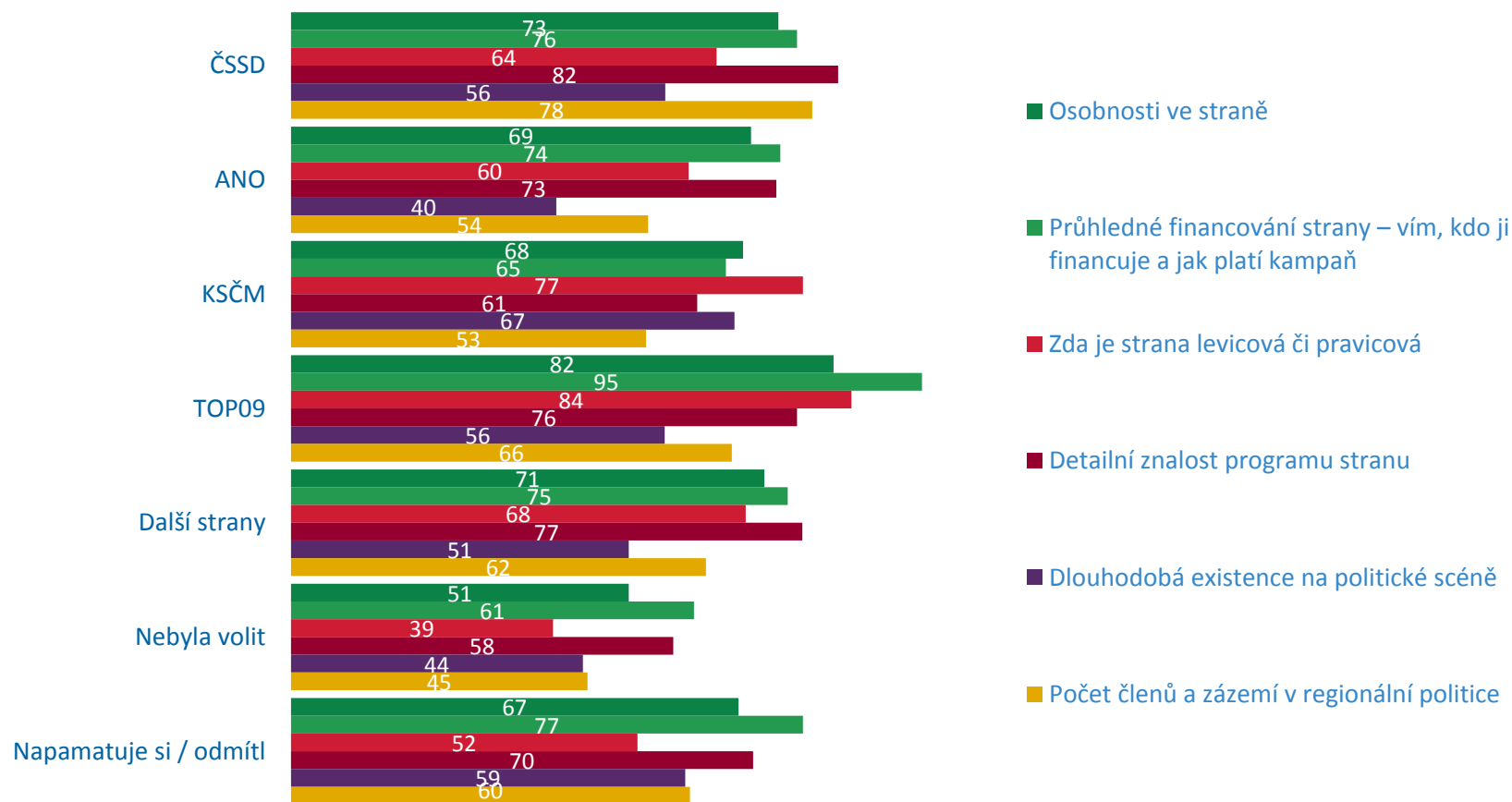
■ Velmi důležité ■ Poměrně důležité ■ Spíše nedůležité ■ Zcela nedůležité

OT02. Co z následujících faktorů je pro Vás důležité, abyste důvěřoval(a) politické straně?

Mezi tři nejvýznamnější faktory důvěry stranám patří – transparentnost jejího financování, znalost programu a osobnosti ve straně. Díky statistické odchylce +/- 3,5 % jsou zastoupení lidí, kteří tyto faktory označují za velmi či spíše důležité, zhruba srovnatelné (okolo 70 %). Detailní znalost programu strany se ve volbách většinou redukuje na valenční hlasování (důvěra v jednom tématu) či tematické hlasování (vnímání dílčích 2-3 opatření). Průhlednost financování je důležitější pro vysokoškoláky a lidi ze středních a větších měst. Důraz na dlouhodobou existenci strany a její zakotvenost na politické scéně roste s věkem – což souvisí s vyšší důvěrou KSČM a KDU-ČSL mezi staršími voliči.

N = 806, zobrazena jsou zaokrouhlená celá % se sumou 100 %

Co ovlivňuje důvěru respondentů ve strany – dle volené strany v roce 2013

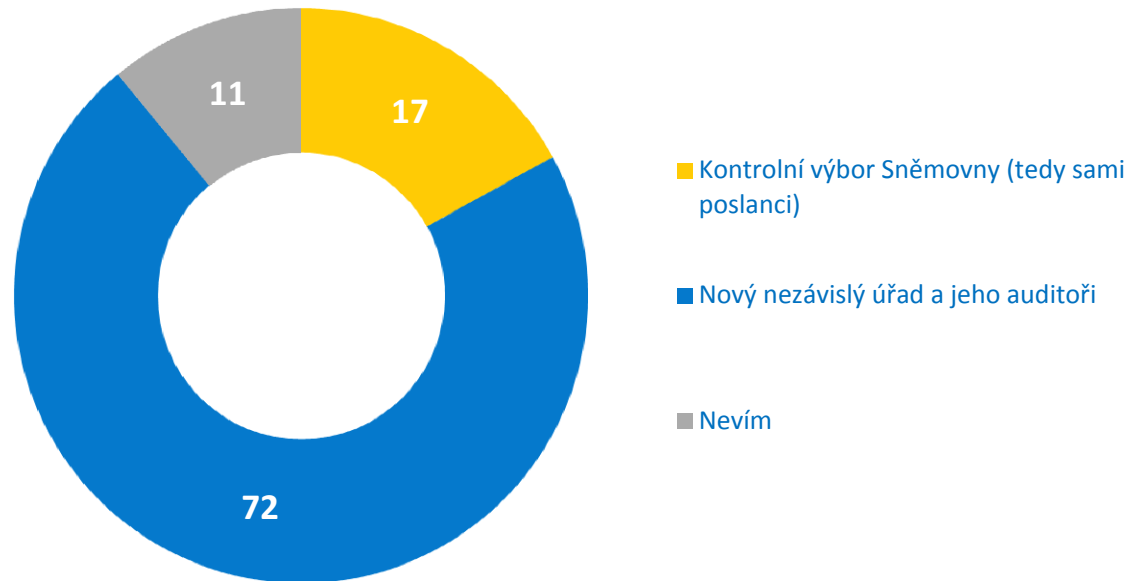


OT02. Co z následujících faktorů je pro Vás důležité, abyste důvěřoval(a) politické straně? – křížení dle strany volené v roce 2013

Výsledky křížení přes strany je nutno brát jako orientační (malý počet respondentů). Ukazují však, že u většiny stran je vnímaná průhlednost financování srovnatelně důležitá jako osobnosti a znalost programu. U stran z konců levoprávního spektra (KSČM, TOP09) je jako silný faktor vnímaná levicovost / pravicovost. U hlavních vládních stran (ČSSD, ANO) je tento aspekt méně důležitý. Dlouhodobá existence strany je dle očekávání důležitým faktorem loajality voličů KSČM a naopak je tomu například u hnutí ANO.

N = 806, zobrazena jsou zaokrouhlená celá % se sumou 100 %

Kdo by měl kontrolovat financování politických stran



OT03. Poslanci nyní rozhodují o tom, kdo má mít možnost kontrolovat financování politických stran a jejich kampaní. Kterou možnost byste zvolil/a vy...

Mezi dotázanými respondenty převládá pocit, že financování stran by měl kontrolovat nezávislý úřad. Nejméně si to myslí voliči KSČM (50 %), u ostatních stran se k myšlence přiklání většina respondentů (přibližně 68 % voličů ČSSD, 83 % voličů ANO a zhruba 80 % voličů ostatních stran). Postoj k otázce může kromě hodnocení tématu financování souviset také s omezenou důvěrou v Poslaneckou sněmovnu (dle CVVM 27 % lidí v dubnu 2016) a tedy obecně v její možnosti vykonávat kontrolní funkci.

N = 806, zobrazena jsou zaokrouhlená celá % se sumou 100 %



MEDIAN



STRUKTURA VZORKU

Struktura vzorku – Sociodemografie I

	%
Pohlaví	
Muž	49
Žena	51
Věková skupina	
18 – 24 let	8
25 – 34 let	16
35 – 44 let	20
45 – 54 let	16
55 – 64 let	16
65 let a více	24
Dosažené vzdělání	
Základní škola / Vyučen / Střední škola bez maturity	48
Středoškolské s maturitou	35
Vysokoškolské	17

Struktura vzorku – Sociodemografie II

	%
VMB	
do 999 obyv.	18
1000 – 4999 obyv.	21
5 000 – 19 999 obyv.	18
20 000 – 99 999 obyv.	22
100 000 a více obyv.	21
Region	
Praha	12
Středočeský	13
Jihočeský	6
Plzeňský	5
Karlovarský	3
Ústecký	8
Liberecký	4
Královéhradecký	5
Pardubický	5
Vysočina	5
Jihomoravský	11
Olomoucký	6
Zlínský	6
Moravskoslezský	11

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
ESOMAR
TGI Network
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

