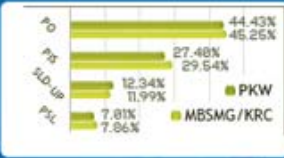


W JAKI SPOSÓB UDAŁO NAM SIĘ PRECYZYJNIE PRZEWIDZIEĆ WYNIKI WYBORÓW DO EUROPARLAMENTU?



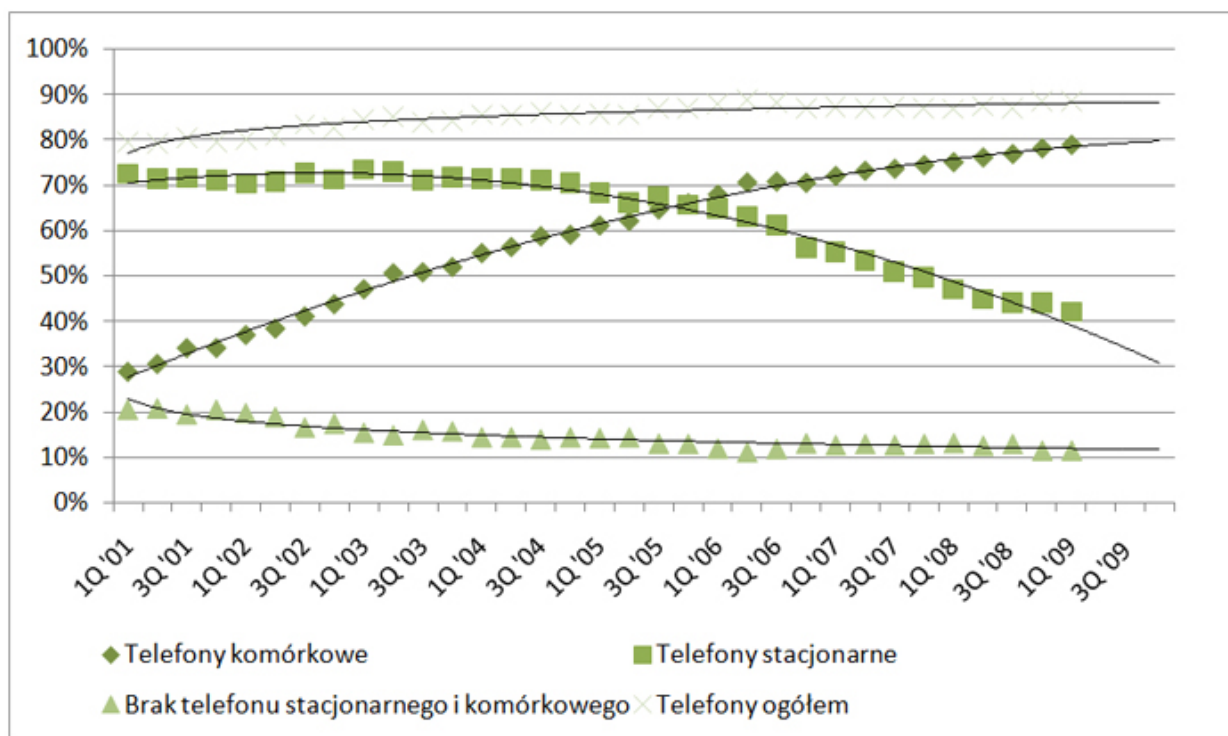
W wyborczą niedzielę, 7 czerwca 2009, w godzinach 18.30-21.30 Instytut Millward Brown SMG/KRC przeprowadził ogólnopolski sondaż telefoniczny na próbie 6.000 osób uprawnionych do udziału w głosowaniu. Starannie dobrana próba po raz pierwszy na taką skalę w badaniu zachowań wyborczych uwzględniała, oprócz osób dostępnych przez telefony stacjonarne, także osoby dostępne przez telefony komórkowe. W ten sposób zrealizowaliśmy badanie znacznie lepiej oddające zachowania wyborcze, niż byłoby to możliwe w klasycznych badaniach telefonicznych ograniczonych do próby telefonów stacjonarnych. Należy zwrócić uwagę, że dokładność naszych przewidywań była podobna do znacznie kosztowniejszych badań typu Exit Poll.

Badanie realizowane w trakcie wyborczego wieczoru było ogromnym przedsięwzięciem organizacyjno-logistycznym i nie lada wyzwaniem dla całej firmy, a w szczególności dla działu badań CATI. Przez 3 godziny 250 ankieterów w 2 studiach telefonicznych podjęło blisko 60.000 połączeń telefonicznych i zrealizowało w tym czasie 6.000 wywiadów. Pytaliśmy respondentów o udział w wyborach, preferencje partyjne, nazwiska wybranych kandydatów, głosowanie w poprzednich wyborach parlamentarnych i prezydenckich. W projekt zaangażowanych było także ponad 20 specjalistów od doboru prób, przetwarzania danych oraz nadzoru realizacji badań.

Wyniki naszego badania zostały zaprezentowane w wieczorze wyborczym w telewizji TVN24. Tuż po zakończeniu badania cały zespół zaangażowany w jego realizację w napięciu śledził doniesienia z Państwowej Komisji Wyborczej. Z rosnącą dumą i satysfakcją przyjmowaliśmy kolejne częściowe wyniki przeliczania oddanych głosów potwierdzające trafność naszych przewidywań.

Badania telefoniczne (CATI – Computer Assisted Telephone Interviews) są jednym z najważniejszych narzędzi wykorzystywanych w badaniach opinii publicznej i rynku na świecie. Swoją karierę rozpoczęły w Stanach Zjednoczonych, rozwijały się na Zachodzie, a w połowie lat 90. zadomowiły się także w Polsce, wyprzedzając nieco upowszechnianie się dostępu do telefonów stacjonarnych w gospodarstwach domowych. Zasięg telefonii stacjonarnej rozwijał się w Polsce nieustannie do pierwszych lat XXI wieku, obejmując w szczytowym momencie 75%-80% gospodarstw domowych. W ostatnich latach trend ten uległ jednak odwróceniu i odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w telefony stacjonarne skurczył się do poziomu 50%-55%. W tym czasie bardzo dynamicznie rozwijał się zasięg telefonii komórkowej, z której korzysta obecnie ponad 80% Polaków powyżej 15 roku życia. Łącznie dostęp do telefonu stacjonarnego i/lub komórkowego deklaruje obecnie około 90% Polaków w wieku 15+.

Wniosek: tradycyjna metodologia badań CATI oparta wyłącznie na telefonach stacjonarnych nie zapewnia obecnie w Polsce dotarcia do próby właściwie reprezentującej badaną populację – w wypadku wyborów, do populacji uprawnionych do głosowania. Jedynym logicznym wyjściem z tej sytuacji jest włączenie do prób w badaniach CATI także telefonów komórkowych. Rozwiązanie to zostało wszechstronnie przetestowane i stosowane jest w Millward Brown SMG/KRC począwszy od początku roku 2008 w sondażach telefonicznych na próbach ogólnopolskich oraz znacznej części pozostałych badań telefonicznych.

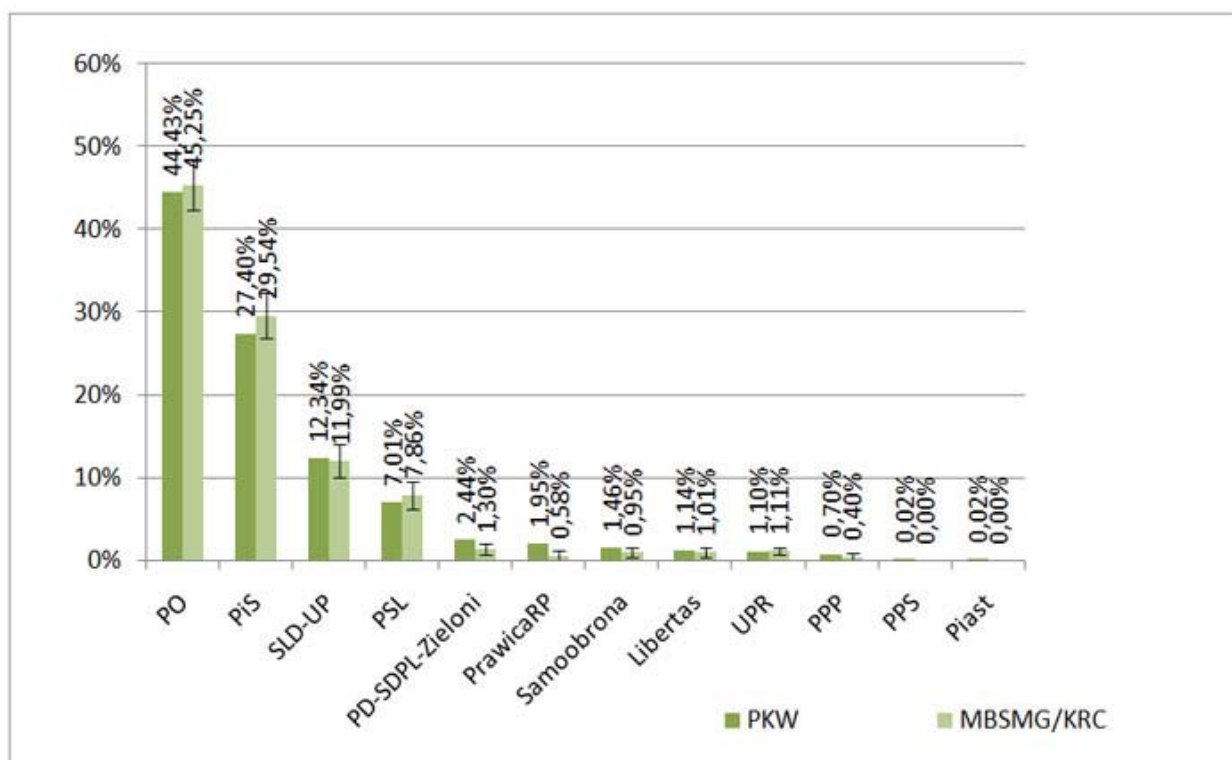


Wykres: Zasięg telefonii stacjonarnej, komórkowej i łączny zasięg telefonii obydwu rodzajów.
 Źródło: Omnibus MB SMG/KRC, n=13.000/kwartał.

Doświadczenia zdobyte w badaniach na próbach telefonów komórkowych

- **Szybkość i skuteczność w docieraniu do respondentów:** telefon komórkowy zapewnia bezpośredni dostęp do osoby, z którą realizowany będzie wywiad; w odróżnieniu od wywiadów realizowanych na telefonach stacjonarnych pominięty jest dobór respondenta spośród członków gospodarstwa domowego i związane z tym efekty pośrednictwa i umawiania wywiadu tak, by zastać wskazaną osobę w domu.
- **Lepszy dostęp do respondentów słabo reprezentowanych w sondażach face-to-face i badaniach CATI prowadzonych tylko na telefonach stacjonarnych:** dzięki włączeniu do badań CATI telefonów komórkowych znacznie poprawiła się reprezentacja respondentów trudno dostępnych, głównie osób aktywnych, spędzających dużo czasu poza domem, młodych mężczyzn, mieszkańców dużych miast – osób, których głos w wyborach nie sposób pominąć.

Błędne przekonania: wielu komentatorów traktuje telefoniczne badania preferencji i zachowań wyborczych jako mniej miarodajne niż sondaże realizowane face-to-face. Wyniki naszego niedzielnego badania pokazują jednak, że dobrze przemyślane i perfekcyjnie zrealizowane badanie telefoniczne może przynosić bardzo dokładne oszacowania wyników wyborczych. Sukces uwarunkowany jest nie tylko stosowaniem mixu telefonów komórkowych i stacjonarnych, ale również wieloletnim budowaniem kompletnych i ciągle aktualizowanych baz numerów telefonicznych.



Wykres 2: Zestawienie szacowanego poparcia dla poszczególnych list w wyborach do Europarlamentu i wyniki głosowania według PKW

kontakt: cati@pl.millwardbrown.com