

Výsledky kampaně – výzkumy 2022/2023

Metodika

Výzkum byl realizován prostřednictvím internetového sběru (CAWI). Respondenti jsou součástí Českého národního panelu.

Cílová skupina: Internetová populace 18 a více let

Vzorek 1: 21. 10. – 27. 10. 2022

Analýza dat byla uskutečněna na vzorku 1 021 respondentů.

Vzorek 2: 28. 11. – 2. 12. 2022

Analýza dat byla uskutečněna na vzorku 1 019 respondentů.

Vzorek 3: 27. 2. – 3. 3. 2022

Analýza dat byla uskutečněna na vzorku 1 008 respondentů.

Výběrové znaky: pohlaví, věk, vzdělání, kraj, velikost místa bydliště

Sběr dat realizuje Nielsen, který poskytuje kompletní data pro možnou analýzu. Analýza je realizována pomocí nástroje MongoDB, který umožňuje třídit a vizualizovat data. Data je možné v reálném čase modulovat dle potřebných požadavků zadavatele, zejména připravovat data podle atributů cílové skupiny.

Atributy cílové skupiny: pohlaví, věk, kraj, velikost obce, ekonomické postavení

Postup hodnocení výsledků:

Výzkum slouží k ověření dopadů komunikační kampaně na mínění o daném produktu. Pro potřeby Ministerstva vnitra je realizován tříkrokovým dotazníkovým šetřením dle popsané metodiky, a to před zahájením komunikace, po první fázi komunikace a následně po ukončení komunikace v únoru 2023.

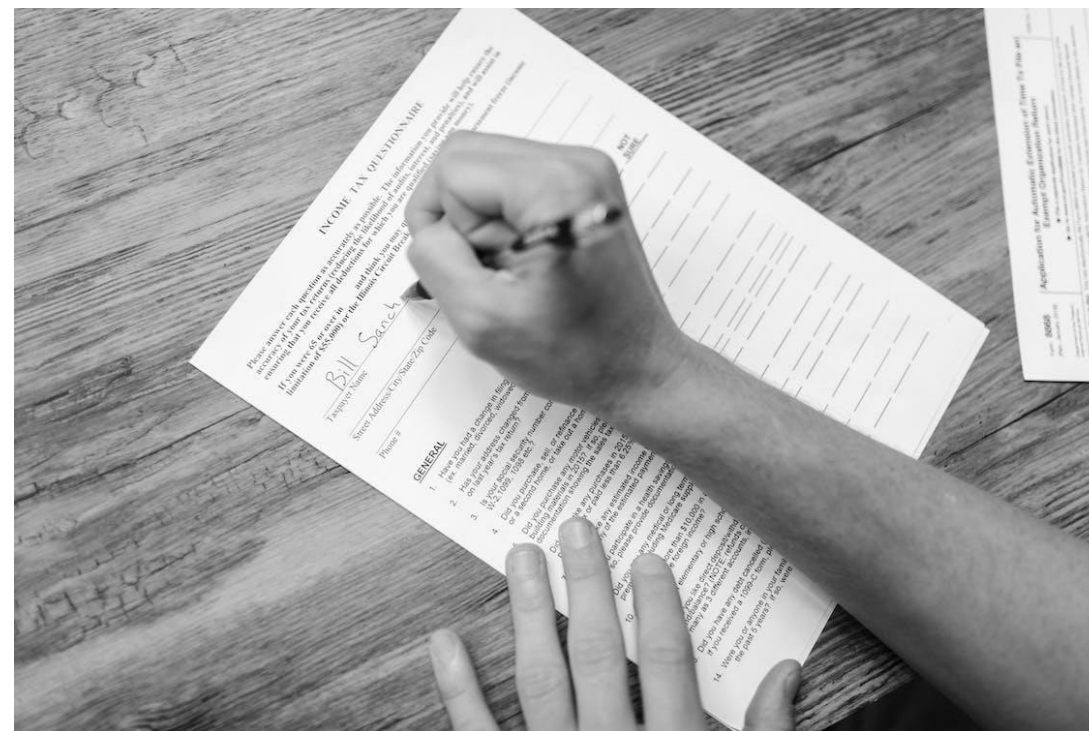
Dotazník

Dotazník je složen z 31 otázek, a to jak otevřených, tak uzavřených.

Dotazník je možné rozdělit na otázky:

- 1) vedoucí k ověření znalosti a vnímání produktu;
- 2) na vlastnosti produktu a jeho možnosti.

Aby bylo možné identifikovat, zda komunikace průběžně naplňuje svoje cíle, je vhodné v průběžném hodnocení analyzovat zejména znalost a vnímání produktu.





Dotazník

V průběžném hodnocení jsme se zaměřili na následující otázky a jejich odpovědi u obecné populace v čase.

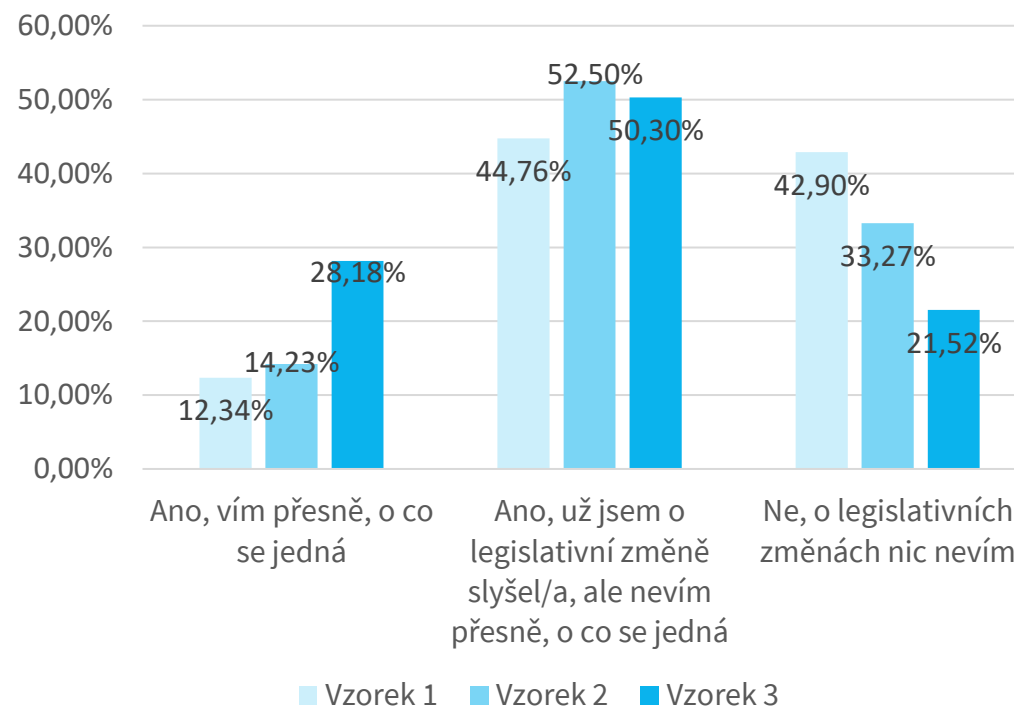
- **Otázka Q25 (Povědomí o legislativní změně):** Víte, že od 1. ledna 2023 vstupují v platnost legislativní změny, které upravují některé náležitosti a povinnosti určitých skupin obyvatelstva v rámci elektronické komunikace s veřejnou správou? **Pozn.:** Ve třetí vlně dotazování byla otázka upravena v následujícím znění: „Víte, že od 1. ledna 2023 vstoupily v platnost legislativní změny, které upravují některé náležitosti a povinnosti určitých skupin obyvatelstva v rámci elektronické komunikace s veřejnou správou?“
 - Doplnkově pro ty, co odpověděli „Ano, vím přesně, o co se jedná“ a „Ano, už jsem slyšel/a, ale nevím přesně, o co se jedná“ **otázka Q28 (Vnímání osobního dopadu legislativní změny):** Myslíte si, že se tyto legislativní změny dotknou i Vás osobně?
- **Otázka Q30 (Postoj k legislativní změně):** Od 1. ledna 2023 byl/bude (**pozn.:** u prvních dvou vln výzkumu) rozšířen okruh lidí a subjektů, kterým je automaticky zřízena Datová schránka. Nově je Datová schránka automaticky zřízena všem podnikajícím fyzickým osobám a všem právnickým osobám zapsaným v registru osob. (**Pozn.:** u prvních dvou vln výzkumu zmíněny i fyzické osoby, které se přihlásí ke službám státu skrz elektronickou identitu, po zrušení odstraněno.) Tyto osoby jsou pak povinny Datovou schránku používat. Jak tuto změnu hodnotíte?
- **Otázka Q31 (Reakce na automatické zřízení Datové schránky):** Pokud by Vám byla automaticky zřízena Datová schránka jako fyzické osobě, uvažoval/a byste o jejím znepřístupnění?

Rozbor Q25

Celkové povědomí o legislativní změně se v průběhu kampaně zvýšilo z 57,1 % na 78,48 %, tedy o 21,38 procentního bodu, což představuje 37,44% nárůst oproti původní hodnotě.

Velmi pozitivně potom hodnotíme, že k nejsignifikantnějšímu nárůstu došlo u odpovědi „Ano, vím přesně, o co se jedná“. U ní byl rozdíl mezi prvním a třetím vzorkem 15,84 procentního bodu (128,36% nárůst oproti původní hodnotě). Výrazný posun zde pak vidíme zejména ve druhé vlně kampaně, která proběhla od ledna do března 2023.

Kampaně tak úspěšně naplnila cíl zvýšit povědomí o legislativní změně, přičemž prokázala silný edukativní rozměr. Nejvýrazněji se totiž zvýšil počet lidí, kteří měli o legislativní změně skutečně konkrétní představu.



Otázka:

Víte, že od 1. ledna 2023 vstupují v platnost legislativní změny, které upravují některé náležitosti a povinnosti určitých skupin obyvatelstva v rámci elektronické komunikace s veřejnou správou?

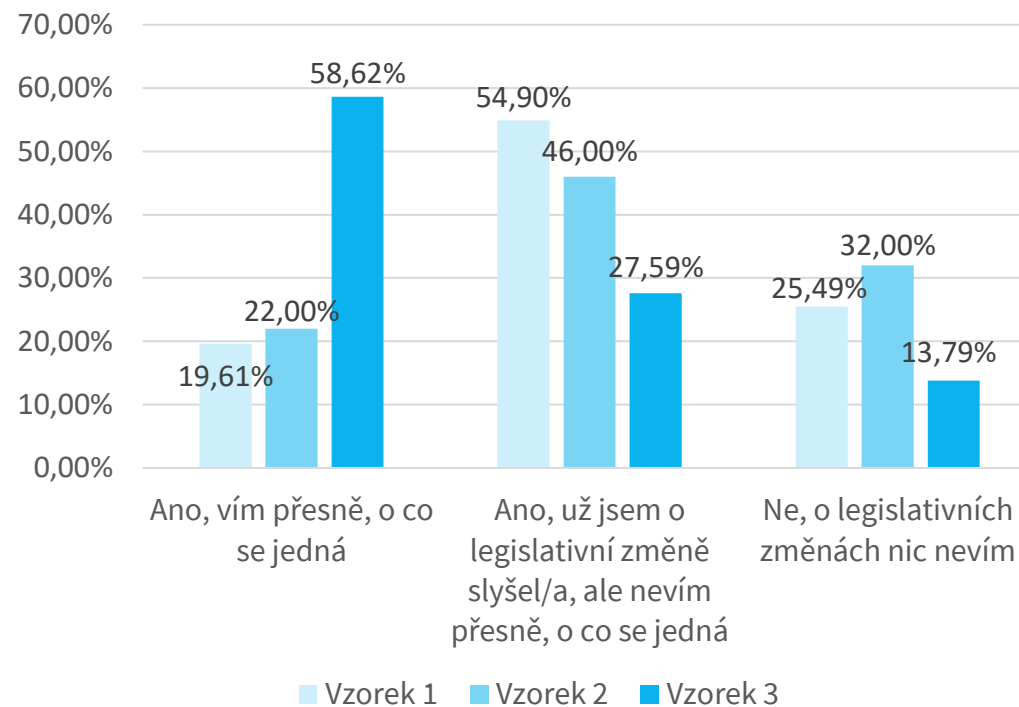
(U vzorku 3 otázka upravena: Víte, že od 1. ledna 2023 vstoupily v platnost legislativní změny, které upravují některé náležitosti a povinnosti určitých skupin obyvatelstva v rámci elektronické komunikace s veřejnou správou?)

N = všichni

Rozbor Q25

Povědomí o legislativní změně mezi podnikateli dosáhlo na konci kampaně 86,21 % oproti 74,51 % na začátku komunikace. K významnému nárůstu došlo zejména u lidí, kteří přesně ví, o co se v případě legislativní změny jedná. Zde byl posun mezi prvním vzorkem a třetím vzorkem respondentů o 39,01 procentních bodů, tedy o 198,93 % oproti původní hodnotě.

I v případě cílové skupiny podnikatelů tak vidíme výrazné navýšení povědomí o legislativní změně, a to zejména u lidí, kteří mají o dopadech zákona konkrétní představu. Výkyv u druhého vzorku může být způsoben jednak nejasnostmi kolem legislativní změny (zrušení automatického zakládání datových schránek některým fyzickým osobám) jednak možnou chybovostí vzhledem k menšímu vzorku.



Otázka:

Víte, že od 1. ledna 2023 vstupují v platnost legislativní změny, které upravují některé náležitosti a povinnosti určitých skupin obyvatelstva v rámci elektronické komunikace s veřejnou správou?

(U vzorku 3 otázka upravena: Víte, že od 1. ledna 2023 vstoupily v platnost legislativní změny, které upravují některé náležitosti a povinnosti určitých skupin obyvatelstva v rámci elektronické komunikace s veřejnou správou?)

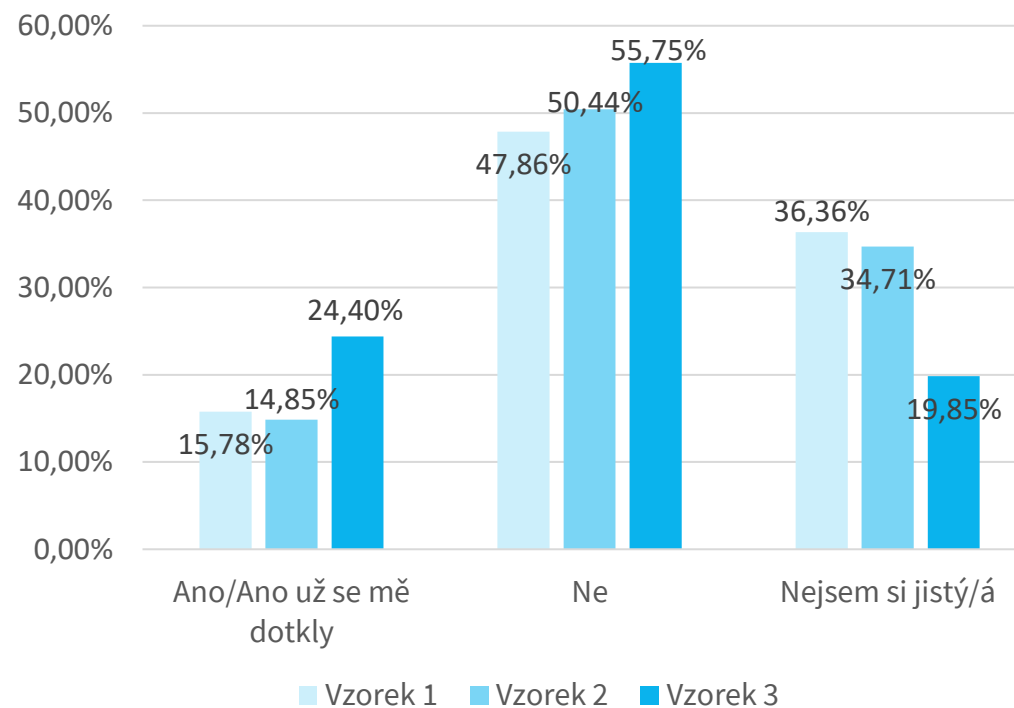
N = podnikatelé

Rozbor Q28

Co se týče pohledu na to, zda se respondentů legislativní změny osobně dotknou, můžeme v průběhu kampaně sledovat postupný pokles u odpovědi nejsem si jistý/á. Zatímco před zahájením komunikace takto reagovalo 36,36 % dotázaných, na konci kampaně to bylo již pouhých 19,85 % respondentů.

V průběhu druhé vlny komunikace také výrazněji vzrostl počet lidí, kteří se domnívají, že se jich změny dotknou, popřípadě se již dotkly (nárůst z 15,78 % na 24,40 %).

Výsledky dotazování tak dále dokládají silný edukační rozměr kampaně, která pomohla zmírnit nejistotu Čechů ohledně otázky, jestli se jich legislativní změny dotknou, či nikoliv.



Otázka:

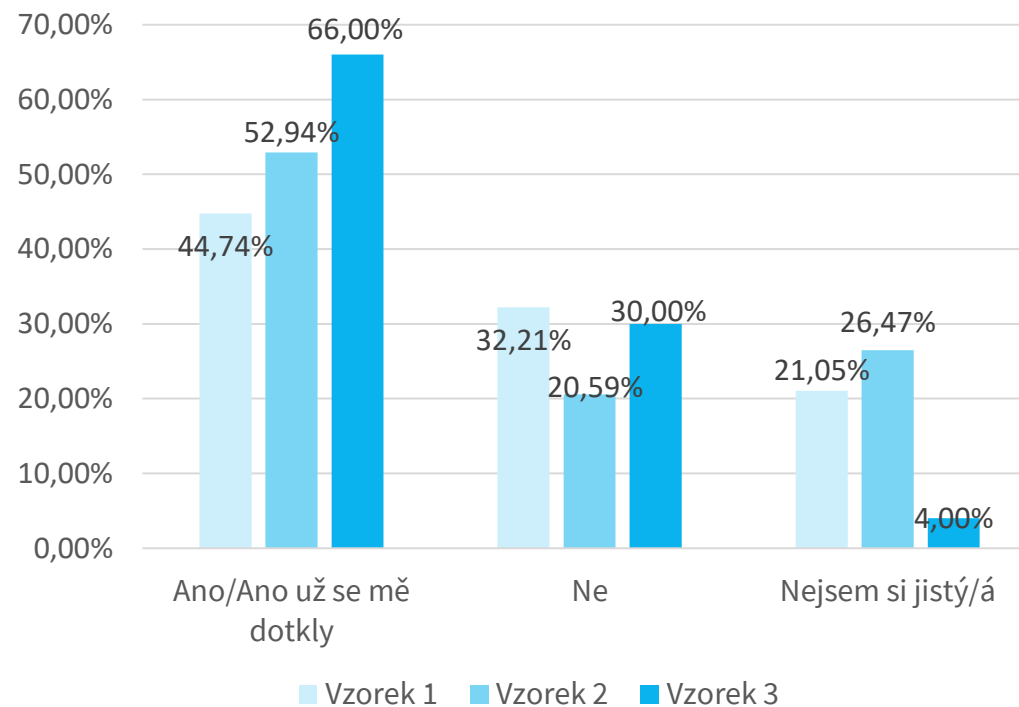
Myslíte si, že se tyto legislativní změny dotknou i Vás osobně?

(N = pouze ti, kteří mají povědomí o legislativní změně)

Rozbor Q28

V případě živnostníků a podnikatelů vidíme, že respondenti mají mnohem přesnější povědomí o tom, jestli se jich legislativní změny dotknou, či nikoliv. U odpovědi „nejsem si jistý/á“ vidíme navíc v průběhu kampaně pokles z 21,05 % na 4,00 % - tedy o 17,05 procentního bodu.

Jen velmi malé procento živnostníků a podnikatelů, kteří alespoň slyšeli o legislativní změně, si na konci komunikace nebylo jistých, jestli se na ně nové povinnosti vztahují.



Otázka:

Myslíte si, že se tyto legislativní změny dotknou i Vás osobně?

(N = podnikatelé, pouze ti, kteří mají povědomí o legislativní změně)

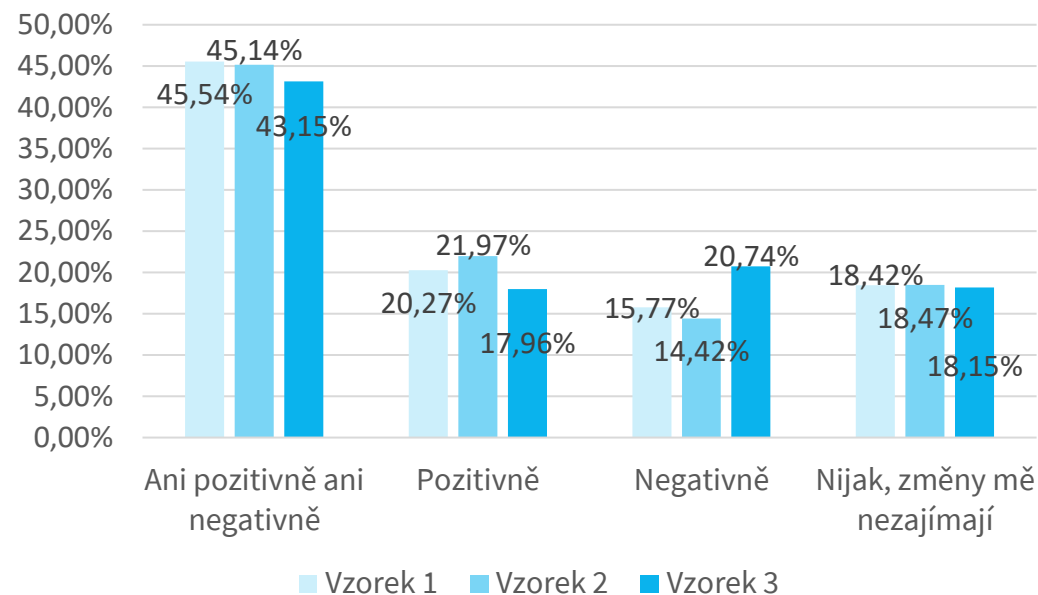
Rozbor Q30

V průběhu kampaně vidíme mírné navýšení (o 4,93 procentního bodu) negativního postoje k legislativní změně. Tento efekt byl však vzhledem k významnému růstu povědomí o automatickém zřizování Datových schránek předem očekávatelný.

Pokud si navíc srovnáme nárůst celkového povědomí s nárůstem negativního postoje (21,38 procentního bodu versus 4,93 procentního bodu) můžeme celkový posun hodnotit velmi pozitivně – významně více přibylo lidí, kteří o legislativní změně věděli, než těch, kteří ji hodnotili negativně.

Po první vlně kampaně jsme mohli dokonce sledovat mírné navýšení pozitivních reakcí, což mohlo být mimo jiné spojené i s oznámením, že se ruší automatické zřizování Datových schránek pro fyzické osoby, které se přihlásí ke službám státu některým typem elektronické identity.

Nárůst negativního hodnocení ve druhé vlně komunikace navíc můžeme přičíst i tomu, že během tohoto úseku kampaně došlo k samotné realizaci legislativní změny a zahájení automatického zřizování Datových schránek.



Otázka:

Od 1. ledna 2023 bude rozšířen okruh lidí a subjektů, kterým bude automaticky zřízena Datová schránka. Nově bude Datová schránka automaticky zřízena všem podnikajícím fyzickým osobám, právnickým osobám zapsaným v registru osob a všem fyzickým osobám, které použijí prostředek pro elektronickou identifikaci při komunikaci s veřejnou správou. (Pozn.: Pouze nepodnikající fyzické osoby budou moci Datovou schránku znepřístupnit, tj. úřady ji nebudou moci pro komunikaci používat.) Jak tuto změnu hodnotíte?

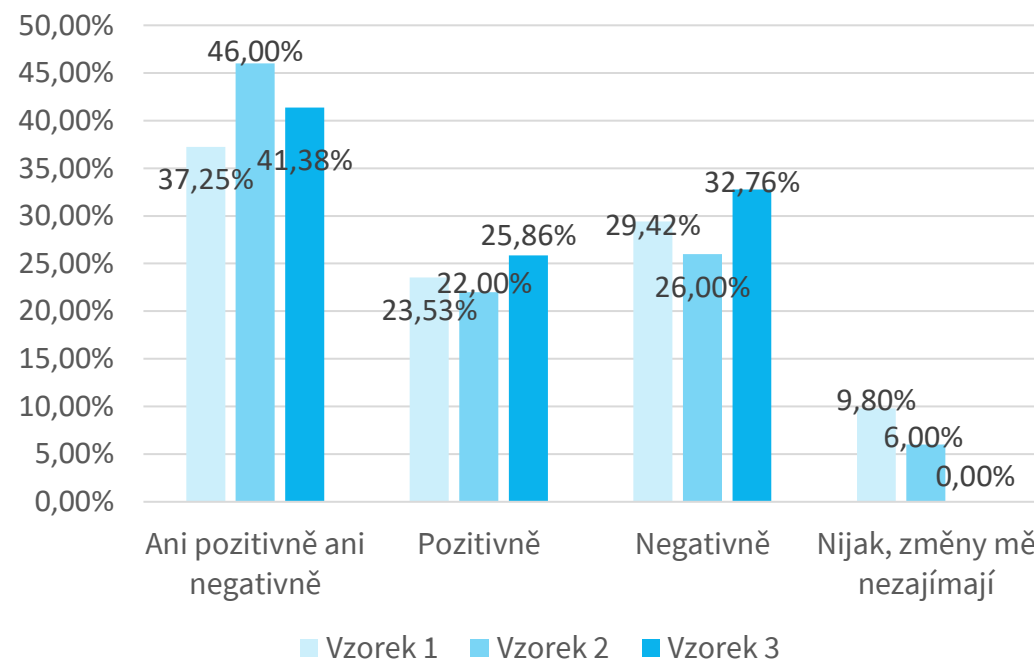
(U vzorku 3 otázka upravena: Od 1. ledna 2023 byl rozšířen okruh lidí a subjektů, kterým je automaticky zřízena Datová schránka. Nově je Datová schránka automaticky zřízena všem podnikajícím fyzickým osobám a všem právnickým osobám zapsaným v registru osob. Tyto osoby jsou pak povinny Datovou schránku používat. Jak tuto změnu hodnotíte?)

Rozbor Q30

Vidíme, že i mezi živnostníky a podnikateli byl nárůst negativního hodnocení pouze minimální ve srovnání s tím, o kolik přibylo lidí, kteří měli o legislativní změně povědomí. Na začátku komunikace se k legislativní změně stavělo negativně 29,42 % respondentů, zatímco na konci to bylo 32,76 % - rozdíl tedy činil pouhých 3,34 procentního bodu.

Na druhou stranu ale přibylo živnostníků a podnikatelů, kteří hodnotili legislativní změnu pozitivně, a to z 23,53 % u prvního vzorku na 25,86 % u druhého vzorku, což představuje nárůst o 2,33 procentního bodu.

Na konci komunikace se k legislativní změně stavělo pozitivně či neutrálně přes dvě třetiny (67,24 %) respondentů z řad živnostníků a podnikatelů. To představuje dokonce nárůst oproti situaci před zahájením kampaně, kdy neutrální či pozitivní postoj vykazovalo 60,78 % respondentů z řad živnostníků a podnikatelů.



Otázka:

Od 1. ledna 2023 bude rozšířen okruh lidí a subjektů, kterým bude automaticky zřízena Datová schránka. Nově bude Datová schránka automaticky zřízena všem podnikajícím fyzickým osobám, právnickým osobám zapsaným v registru osob a všem fyzickým osobám, které použijí prostředek pro elektronickou identifikaci při komunikaci s veřejnou správou. (Pozn.: Pouze nepodnikající fyzické osoby budou moci Datovou schránku znepřístupnit, tj. úřady ji nebudou moci pro komunikaci používat.) Jak tuto změnu hodnotíte?

(U vzorku 3 otázka upravena: Od 1. ledna 2023 byl rozšířen okruh lidí a subjektů, kterým je automaticky zřízena Datová schránka. Nově je Datová schránka automaticky zřízena všem podnikajícím fyzickým osobám a všem právnickým osobám zapsaným v registru osob. Tyto osoby jsou pak povinny Datovou schránku používat. Jak tuto změnu hodnotíte?)

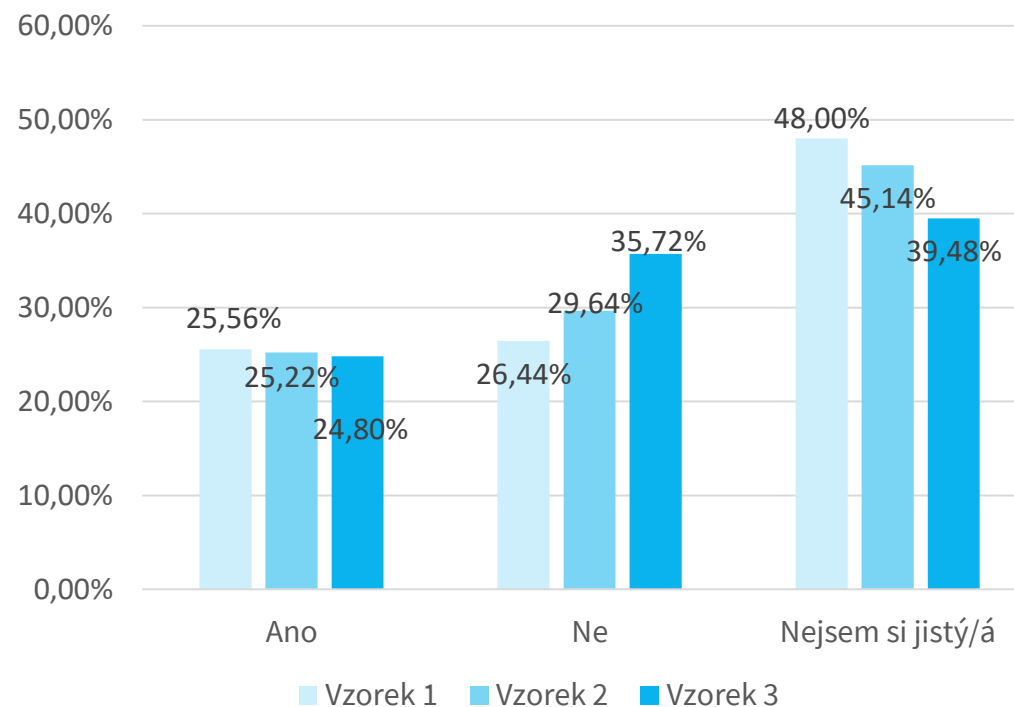
N = podnikatelé

Rozbor Q31

Ačkoliv měla kampaň primárně informovat o legislativní změně, která se dotkla živnostníků a některých právnických osob, vidíme, že druhotně působila i na osoby fyzické.

Pokud by byla Datová schránka automaticky zřizována i fyzickým osobám, na konci kampaně by si ji ponechalo o 9,28 % respondentů více než před zahájením komunikace.

I tento vývoj můžeme hodnotit velmi pozitivně. Nejen, že kampaň naplnila primární účel zvýšit povědomí o legislativní změně, ale navíc přispěla i ke kladnějšímu názoru veřejnosti na případné automatické zřizování datových schránek fyzickým osobám.



Otázka:

Pokud by Vám byla automaticky zřízena Datová schránka jako fyzické osobě, uvažoval/a byste o jejím znepřístupnění?

N = všichni

Závěr

V průběhu kampaně došlo k významnému navýšení počtu lidí (o 21,38 procentního bodu), kteří vědí o legislativní změně, která vstoupila v platnost 1. ledna 2023. Díky silnému edukativnímu charakteru komunikace navíc nejvýznamněji vzrostlo procento těch, kteří mají o změnách konkrétní představu. Na závěr kampaně tak o legislativní změně alespoň slyšely téměř čtyři pětiny (78,48 %) respondentů.

Negativní hodnocení legislativní změny naproti tomu vzrostlo pouze minimálně (4,93 procentního bodu), a to i přesto, že se významně rozšířil okruh lidí, kteří o automatickém zřizování Datových schránek vědí.

Kampaň druhotně přispěla i k nárůstu počtu fyzických osob (kterých se legislativní změna po úpravě již netýkala), které by si Datovou schránku v případě automatického zřízení ponechaly.

Děkujeme za pozornost

Media Age, s.r.o.

třída Kpt. Jaroše 1927/8, 602 00 Brno

+420 774 771 136 | www.mediaage.cz

V případě jakýchkoliv dotazů se na mě neváhejte obrátit:

Filip Svoboda / Account Director

+420 773 232 450 | svoboda@mediaage.cz