

Řezané květiny? K narozeninám a svátkům

Darované květiny vykouzili úsměv na rtech snad každé ženě. Jak často, komu a při jakých příležitostech je ale ve skutečnosti kupujeme a dostáváme? Řezané květiny nakupuje 6 z 10 dotázaných alespoň jednou za půl roku. Ostatní buď méně často (26 procent) nebo vůbec (13 procent). Frekvence nákupu roste se stupněm dosaženého vzdělání a s vyšší příjmy.

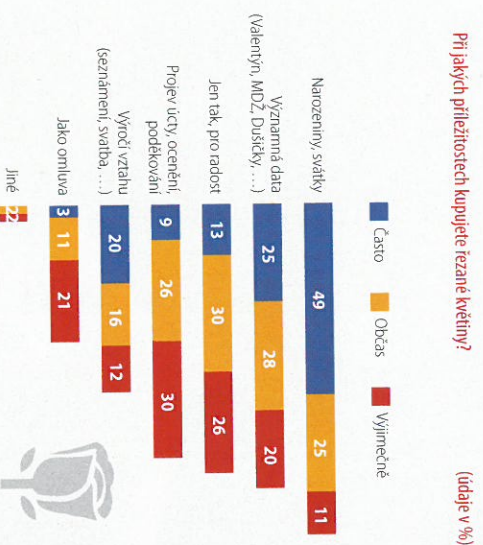
Komu chceme udělat květinami radost? Muži nakupují řezané květiny nejčastěji svým manžel-

kám a přítelkyním. Ženy dávají častěji květiny svým matkám, ostatním ženám z přibuzenstva, svým kamarádkám nebo si je kupují samy pro sebe.

Co se týká příležitostí, ke kterým řezané květiny nakupujeme, jednoznačně vítězí narozeniny či svátky. Dále významné dny jako je Valentýn, MDŽ, Den matek nebo i Dušičky. Často je ale nakupujeme jen tak pro radost, dále jako projev úcty a ocenění nebo k výročí týkajícímu se vztahu. Květiny fungují

i jako omluva, což přiznávají hlavně muži.

Pro řezané květiny zpravidla zajdeme do tradičních menších kamených „květinářství“ (více než polovina nakupujících), následují obchodní centra, někdy i zánadnictví a nejméně stánky na ulici. Nejoblíbenějšími druhy jsou královny květin – růže, které kupují častěji muži. S odstupem pak následují gerbery a tulipány, které volí častěji ženy. Dalšími oblíbenými květinami pak jsou i lilie a karanfáty.



Výstup byl generován ve dnech 26. dubna – 3. května 2018 na reprezentativním vzorku české internetové populace ve věku 15–59 let. Dotazáno bylo 502 respondentů.

NMS MARKET RESEARCH

Polovina Čechů dala klíče od bytu i sousedům

Sousedě patří mezi osoby, se kterými je vhodné udržovat dobré vztahy. Že se to v tuzemsku daří,

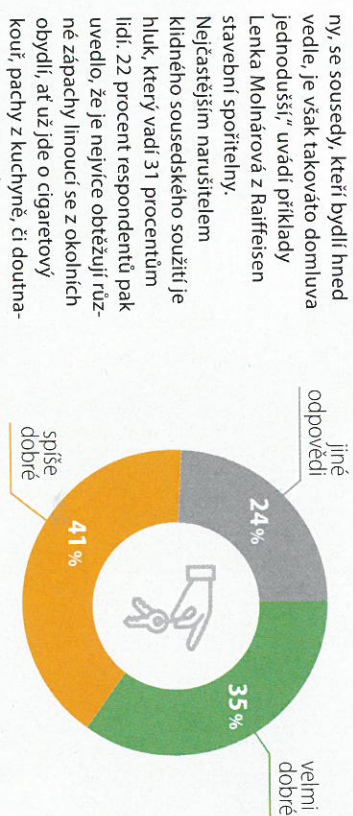
dokazuje průzkum agentury NMS Market Research pro Raiffeisen stavební spořitelnu. Podle něj jsou se svými sousedy spokojeny tři čtvrtiny Čechů a více než polovina jim dokonce dala své klíče od domácnosti.

Aši každému se někdy povedlo zabouchnout si dveře, zapomenout si, nebo dokonce ztratit klíče od domova. Náhradní

svazek má u sousedů pro tyto případy schováno 57 procent Čechů.

Mít u někoho v záloze rezervní klíče je však výhodné, nejen když se nemůžete dostat domů, ale také například v období dovolených. „Můžete sousedy poprosit o zalévání květin, krmení domácích zvířat či třeba o kontrolu, zda vám nevytekla pračka nebo jestli v kuchyni neuutíká plyn. Samozřejmě že můžete požádat někoho z rodiny, se sousedy, kteří bydlí hned vedle, je však takováto domluva jednodušší“, uvádí příklady Lenka Mohňáková z Raiffeisen stavební spořitelny.

Nejčastějším naruшитelem klidného sousedského soužití je hluk, který vadí 31 procentům lidí. 22 procent respondentů pak uvedlo, že je nejvíce obtěžují různé zápachy. Jinou se z okolních obydlí, ať už jde o cigaretový kouř, pachy z kuchyně, či doutnající oheň nebo gril.



Zdroj: NMS Market Research, vzorek 1 000 respondentů.

IPsOS OČIMA IPSOSU

Češi a jejich zdraví

Jak vyplývá z průzkumu Ipsosu, česká populace je v péči o své zdraví poměrně aktivní. Souvisí to úzce s jejím zdravotním stavem –

4/5 populace ve věku 40 let a více trpí nějakým chronickým onemocněním. Nejčastěji se jedná o onemocnění srdce a cév, chronické bolesti, onemocnění dýchacích cest či alergie.

„Převážná většina chronických pacientů má zkušenost se zmenou ošetřujícího lékaře. Nejčastěji je k tomu donutily objektivní okolnosti (např. přesídlování, ukončení praxe

lékaře), více než 1/3 pacientů má ale zkušenost se změnou lékaře na základě nespokojenosti s poskytovanou péčí nebo vzájemnou komunikací. Velmi citlivě pacienti vnímají nepřijímné chování ze strany zdravotníků, stejně jako nedostatečnou komunikaci“, dodává

Jana Bryknařová, account director Ipsos Healthcare. Ačkoliv panuje všeobecné přesvědčení, že by o léčebných možnostech měli aktivně informovat lékaři, aktivní jsou i sami pacienti. Informace si zjišťují (mimo diskuzí

s lékařem) z rozhovorů se svými blízkými. Velmi často používají internet. Hlavní cestou je zadání hesla nebo slovního spojení do některého z vyhledávačů. 1/4 jde přímo na konkrétní webové stránky nebo využije sociální sítě. Není bez zájmu, že lidé s nižším vzděláním častěji dají na šepardu. Lékárníci hrají významnou roli v případě, kdy se řeší nákup volně prodejného přípravku v lékárně – pokud není nakupující rozhodnut o konkrétní značce předem, nakoupí převážně na základě doporučení lékárníka.

V případě dotazů kontaktujte prosím Janu Bryknařovou (account director Ipsos Healthcare) – jana.bryknařova@ipsos.com.



2/3 lidí deklarují, že pokud by věděli o existenci terapie, o které lékař neinformoval, aktivně by se o ni zajímali, výrazně aktivnější jsou ženy

43 % chronických pacientů změnilo lékaře z důvodu problémů nebo nespokojenosti s ním

Zdroj: výzkumy Ipsos Healthcare v ČR, 2018