

От данни към действие: Поколенчески и регионални модели

в кръводарителското поведение и насоки за таргетирана комуникация

Вася Атанасова, Петър Василев, Иво Умленски 📍 ИБФБМИ – БАН





Съдържание

- Мотивация за изследването
- Кръводарителската активност в България за 2024 г.
 - по възраст
 - по вид
 - по район
- Идеи за комуникационни стратегии по поколения
 - Поколението “Baby boomers”
 - Поколението “X”
 - Поколението “Y”
 - Поколението “Z”
- Примери
- Литература

Мотивация за изследването

- Изследване на активността на кръводарителите според възрастта им
- Анализ на атомарно ниво и с нов подход за групиране: по поколение
- Прилагане на нов подход за визуализация на данни, т.нар. „топлинна карта“ (*heatmap*), който не се среща обичайно в научната литературата по трансфузионна хематология
- Дефиниране на поколенчески-ориентирани комуникационни стратегии
- Сравнение с чуждестранните научни изследвания и практика

година	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<i>възраст</i>									
<i>до 20</i>	7616	7029	7111	7366	5391	5859	6075	6490	6609
<i>21-25</i>	15675	15212	15675	15152	12644	13985	14448	14615	15547
<i>26-30</i>	22789	22446	23034	22682	19914	20377	20027	19565	19346
<i>31-35</i>	24038	24183	26163	26603	23988	25478	26308	27099	27694
<i>36-40</i>	26121	25710	26732	25757	23173	24976	26838	27826	29448
<i>41-45</i>	24271	23828	24524	25228	22823	23856	24560	25798	26447
<i>46-50</i>	20935	19608	20031	19983	18252	19679	22143	22704	23778
<i>51-55</i>	14305	14611	14491	14926	13945	14240	16064	16320	16992
<i>56-60</i>	8447	8765	8936	9482	7830	8347	8954	9070	9815
<i>над 60</i>	2363	2639	2936	2983	2573	2985	3394	3690	3819

Източник: <https://ncth.bg/statistika/broj-kravodarjavaniya-po-vazrast/>

Мотивация за изследването

Данни за 2024 г.

до 20 г.	6609
21–25	15547
26–30	19346
31–35	27694
36–40	29448
41–45	26447
46–50	23778
51–55	16992
56–60	9815
над 60 г.	3819

Цяла кръв,
всички

1704	18
1972	19
2261	20
2582	21
2721	22
2988	23
3274	24
3117	25
2994	26
3387	27
3502	28
3857	29
4206	30
4506	31
4742	32
5083	33
5393	34
5558	35
5708	36
5591	37
5688	38
5594	39
5536	40
5208	41
5173	42
4994	43
5214	44
5040	45
4987	46
4910	47
4767	48
4643	49
4379	50
3816	51
3466	52
3477	53
3308	54
3117	55
2550	56
2244	57
1965	58
1833	59
1481	60
1247	61
1041	62
902	63
611	64
82	65

Цяла кръв,
безвъзмездни

596	18
417	19
400	20
523	21
475	22
503	23
481	24
507	25
453	26
525	27
508	28
540	29
644	30
679	31
714	32
745	33
846	34
856	35
835	36
857	37
888	38
837	39
744	40
742	41
753	42
649	43
692	44
659	45
645	46
660	47
655	48
613	49
568	50
509	51
461	52
510	53
467	54
421	55
353	56
329	57
280	58
230	59
194	60
187	61
154	62
121	63
68	64
13	65

Поколение α

Поколение Z

Поколение Y

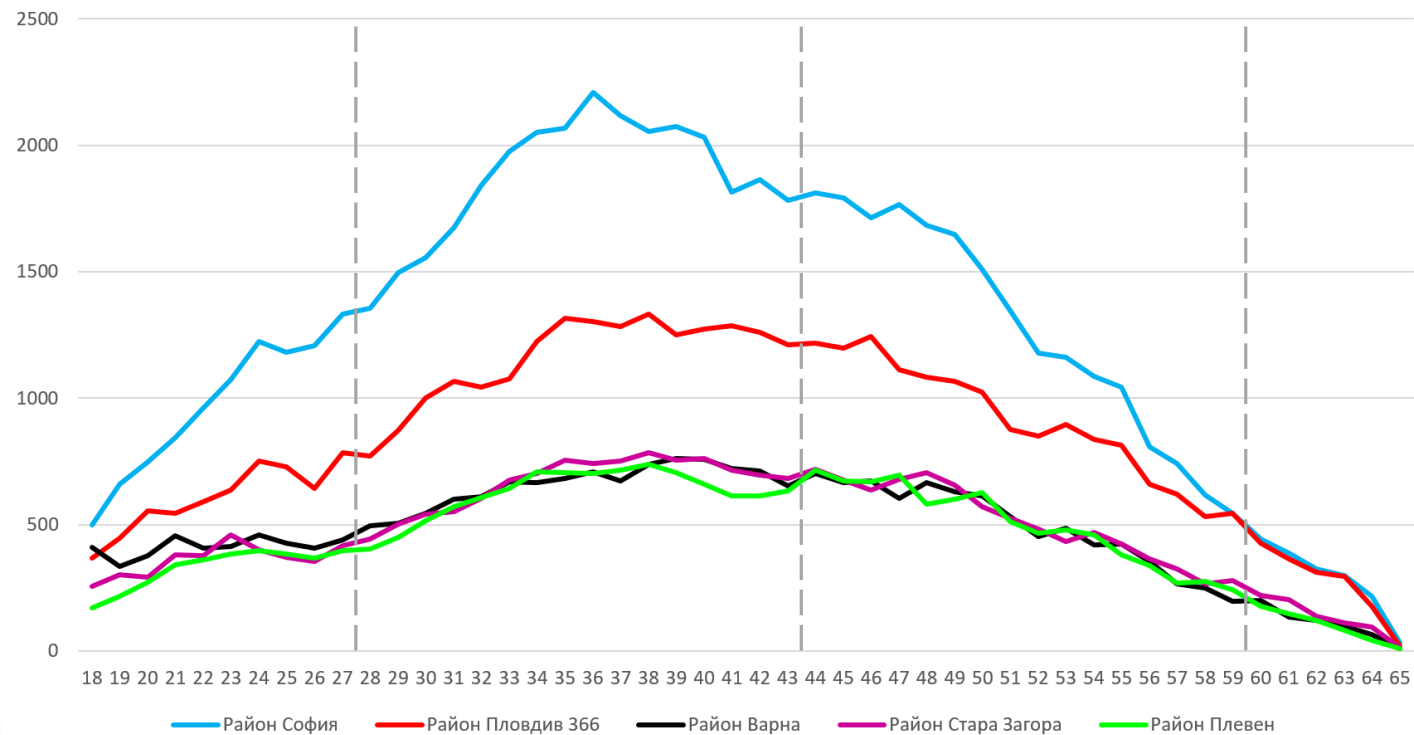
Поколение X

Baby boomers

Кръводарителската активност за 2024 г.

	Район София	Район Пловдив	Район Варна	Район Стара Загора	Район Плевен	
1700	18	499	366	410	255	170
1958	19	659	447	335	301	216
2242	20	748	553	376	292	273
2560	21	843	543	455	379	340
2700	22	963	589	408	378	362
2966	23	1072	638	413	459	384
3233	24	1225	752	460	399	397
3088	25	1180	729	425	369	385
2978	26	1207	642	406	355	368
3368	27	1333	783	441	415	396
3471	28	1356	772	495	444	404
3827	29	1497	874	505	502	449
4161	30	1556	1001	546	542	516
4462	31	1674	1065	601	550	572
4706	32	1842	1044	611	603	606
5036	33	1975	1075	668	675	643
5353	34	2053	1223	667	702	708
5524	35	2069	1315	681	755	704
5663	36	2210	1302	708	741	702
5541	37	2117	1284	674	751	715
5648	38	2055	1332	737	786	738
5551	39	2076	1250	763	755	707
5481	40	2031	1273	758	760	659
5153	41	1815	1286	723	716	613
5144	42	1865	1259	712	695	613
4958	43	1781	1211	652	681	633
5169	44	1813	1218	703	719	716
5004	45	1792	1198	667	676	671
4936	46	1715	1243	671	638	669
4856	47	1765	1113	603	678	697
4719	48	1685	1084	665	704	581
4602	49	1648	1067	631	655	601
4343	50	1510	1024	612	571	626
3793	51	1347	876	533	525	512
3428	52	1179	849	451	482	467
3454	53	1162	895	486	432	479
3274	54	1087	837	420	470	460
3084	55	1044	814	422	424	380
2526	56	807	661	355	364	339
2221	57	742	620	266	325	268
1936	58	617	530	250	264	275
1810	59	546	544	197	279	244
1465	60	444	425	201	218	177
1237	61	388	364	133	204	148
1019	62	325	312	121	139	122
885	63	298	296	99	112	80
597	64	217	177	64	96	43
82	65	31	21	10	12	8
	61861	40776	23190	23247	21836	

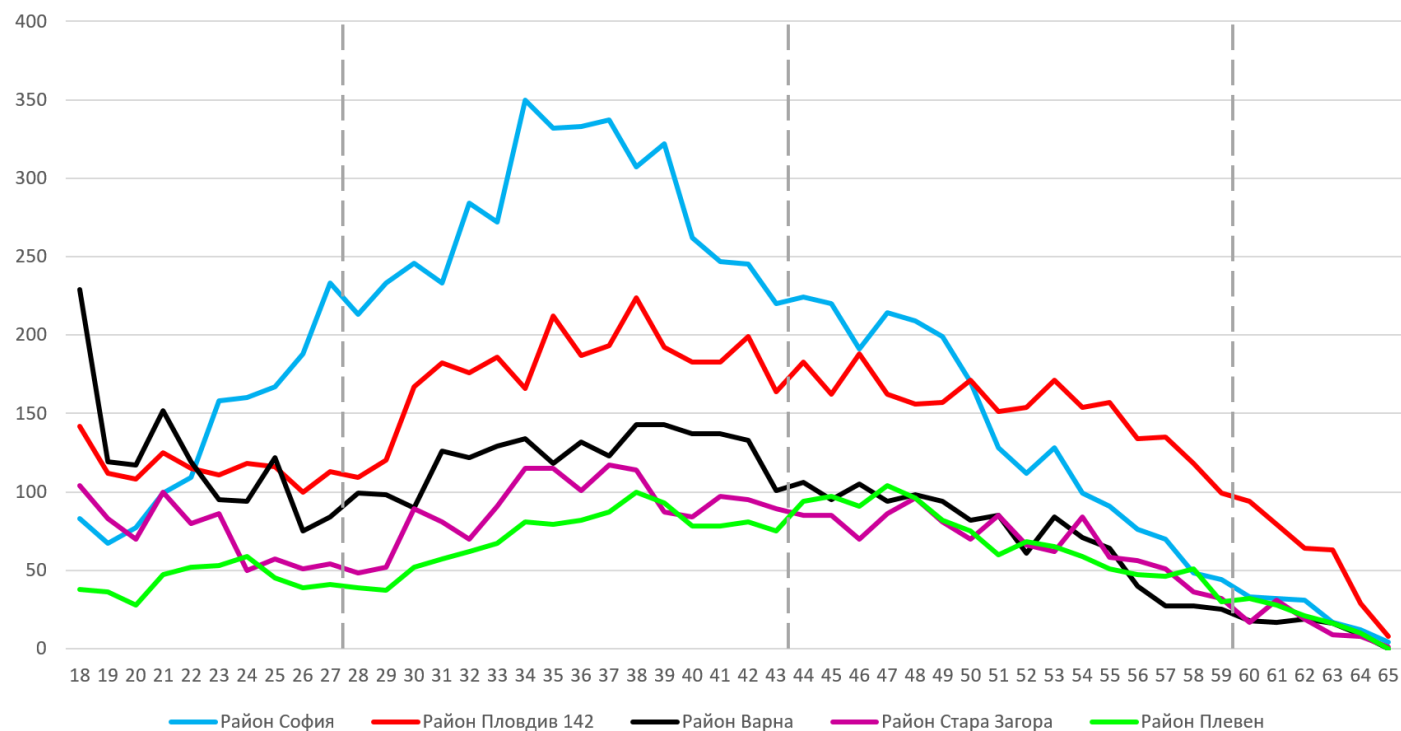
Всички кръводарители, цяла кръв – по райони



Кръводарителската активност за 2024 г.

	Район София	Район Пловдив	Район Варна	Район Стара Загора	Район Плевен	
596	18	83	142	229	104	38
417	19	67	112	119	83	36
400	20	77	108	117	70	28
523	21	99	125	152	100	47
475	22	109	115	119	80	52
503	23	158	111	95	86	53
481	24	160	118	94	50	59
507	25	167	116	122	57	45
453	26	188	100	75	51	39
525	27	233	113	84	54	41
508	28	213	109	99	48	39
540	29	233	120	98	52	37
644	30	246	167	90	89	52
679	31	233	182	126	81	57
714	32	284	176	122	70	62
745	33	272	186	129	91	67
846	34	350	166	134	115	81
856	35	332	212	118	115	79
835	36	333	187	132	101	82
857	37	337	193	123	117	87
888	38	307	224	143	114	100
837	39	322	192	143	87	93
744	40	262	183	137	84	78
742	41	247	183	137	97	78
753	42	245	199	133	95	81
649	43	220	164	101	89	75
692	44	224	183	106	85	94
659	45	220	162	95	85	97
645	46	191	188	105	70	91
660	47	214	162	94	86	104
655	48	209	156	98	96	96
613	49	199	157	94	81	82
568	50	170	171	82	70	75
509	51	128	151	85	85	60
461	52	112	154	61	66	68
510	53	128	171	84	62	65
467	54	99	154	71	84	59
421	55	91	157	64	58	51
353	56	76	134	40	56	47
329	57	70	135	27	51	46
280	58	48	118	27	36	51
230	59	44	99	25	32	30
194	60	33	94	18	17	32
187	61	32	79	17	31	28
154	62	31	64	19	19	21
121	63	17	63	16	9	16
68	64	12	29	9	8	10
13	65	4	8	0	1	0
	8129	6792	4408	3368	2809	

Безвъзмездни кръводарители, цяла кръв – по райони



Кръводарителската активност за 2024 г.

Възраст	Брой по възраст	НЦТХ СОВИЯ	НЦТХ ПЛОВДИВ	НЦТХ ВАРНА	ОТХ Бургас	НЦТХ ПЛЕВЕН	НЦТХ СТАРА ЗАГОРА	ОТХ Благоевград	ОТХ Пазарджик	ОТХ Русе	ОТХ София-област	ОТХ Сливен	ДН Лясково	ОТХ Велико Търново	ОТХ Шумен	ОТХ Кърджали	ОТХ Сопот	ОТХ Ямбол	ОТХ Добрич	ОТХ Враца	ОТХ Смихстра	ОТХ Търговище	ОТХ Разград	ОТХ Ловн	ОТХ Перник	ОТХ Габрово	ОТХ Костанджи	ОТХ Ловеч	ОТХ Видин	ОТХ Монтана
18	1704	326	257	338	129	82	72	71	40	37	22	38	31	30	36	22	17	16	9	13	14	13	11	18	15	4	14	8	11	10
19	1972	463	316	242	125	113	114	68	51	33	28	43	30	28	32	35	16	20	10	14	21	30	23	24	23	9	22	10	18	11
20	2261	547	386	259	137	126	89	60	95	50	39	45	38	57	50	21	13	22	17	31	22	28	15	18	19	13	20	12	12	20
21	2582	602	404	323	157	164	142	70	64	53	42	53	43	80	76	22	13	27	22	36	22	13	10	22	20	23	27	11	19	22
22	2721	716	415	286	152	165	131	78	80	57	50	62	41	76	54	22	31	33	24	25	14	30	28	28	23	21	30	16	14	19
23	2988	770	440	284	216	164	140	98	85	70	61	75	59	88	62	30	24	28	17	23	22	28	31	33	32	20	40	12	13	23
24	3274	889	501	306	171	185	122	111	121	88	70	81	60	59	71	42	30	27	30	44	28	25	26	39	26	18	27	21	27	29
25	3117	829	504	287	161	169	113	118	109	82	86	63	59	58	59	29	31	32	34	45	18	28	35	30	38	24	22	17	28	9
26	2994	884	431	266	150	149	89	80	93	79	81	69	50	66	51	31	38	48	31	37	30	29	29	29	31	27	25	18	15	38
27	3387	944	497	297	167	169	127	120	133	97	90	67	69	56	56	45	43	54	35	46	15	38	31	25	39	23	37	20	26	21
28	3502	955	507	317	211	156	114	131	134	103	93	79	63	70	75	39	32	42	31	56	25	47	27	34	24	36	37	13	27	24
29	3857	1063	593	310	206	171	148	159	113	111	95	100	79	80	81	52	37	49	36	55	22	59	40	40	29	34	39	18	16	20
30	4206	1093	641	312	238	177	178	152	155	150	109	86	98	76	86	59	53	43	56	58	45	48	42	50	44	45	33	31	29	19
31	4506	1086	683	374	230	203	173	205	160	161	120	77	88	89	99	83	55	70	46	62	34	55	47	62	62	52	45	23	36	26
32	4742	1250	697	386	260	244	155	206	150	174	123	115	80	74	85	72	49	73	37	75	59	47	46	65	39	38	42	34	35	32
33	5083	1377	711	405	264	264	228	227	142	167	137	120	103	99	88	72	51	65	60	74	64	56	38	49	53	49	42	28	16	34
34	5393	1435	813	419	264	276	243	209	157	172	151	124	113	107	71	77	69	72	63	56	66	50	58	42	60	67	56	32	39	32
35	5558	1378	853	393	310	279	244	248	184	163	158	133	113	115	82	103	64	69	77	67	68	63	45	59	61	69	61	34	33	32
36	5708	1521	864	428	322	272	224	253	177	160	150	104	116	121	84	97	56	92	81	83	63	55	44	57	67	66	48	39	32	42
37	5591	1478	815	402	325	260	236	256	191	163	134	119	126	124	85	65	91	73	75	79	56	59	64	63	46	72	39	36	32	27
38	5688	1466	870	460	307	290	251	226	181	157	137	133	122	122	81	84	77	96	75	48	69	55	63	34	61	65	57	44	34	23
39	5594	1452	797	461	287	261	221	235	170	136	137	149	117	136	94	94	81	100	81	76	65	67	74	45	47	65	46	35	32	33
40	5536	1379	801	473	274	251	246	253	186	160	138	136	123	105	93	83	88	104	73	70	56	68	49	47	50	62	48	36	55	29
41	5208	1270	801	404	288	225	246	204	157	144	123	110	118	108	121	116	102	72	87	54	66	48	52	42	59	53	56	34	36	12
42	5173	1257	799	400	254	206	251	223	158	147	134	115	117	113	90	110	80	78	76	55	69	79	62	55	46	52	39	36	37	35
43	4994	1191	739	369	297	236	217	213	169	165	139	101	111	99	93	107	89	67	74	71	65	54	55	50	45	51	35	30	36	26
44	5214	1273	773	397	288	259	244	210	172	143	110	111	134	114	93	74	75	76	91	50	66	60	75	44	51	74	50	51	30	26
45	5040	1190	744	400	238	243	242	231	148	136	123	120	134	115	94	97	82	78	77	56	50	48	68	44	55	60	54	49	38	26
46	4987	1179	784	409	255	256	207	210	158	150	114	106	128	112	98	86	92	71	76	41	48	41	45	57	60	54	35	53	35	27
47	4910	1153	715	351	270	261	242	221	134	157	144	107	112	99	77	68	92	59	75	54	53	48	59	55	53	70	59	55	41	26
48	4767	1145	696	355	255	204	262	190	149	137	123	126	102	92	91	78	63	63	98	48	69	54	45	50	58	59	41	46	42	26
49	4643	1079	684	331	268	221	224	210	118	150	114	95	103	93	98	100	74	70	81	46	64	62	52	45	44	46	56	40	48	27
50	4379	965	693	314	207	231	197	167	111	170	108	102	85	90	94	67	73	66	99	57	53	54	55	59	55	44	67	38	43	15
51	3816	863	560	274	207	206	187	182	113	106	100	79	79	70	70	58	69	53	91	50	61	39	56	44	41	44	34	30	34	16
52	3466	742	574	227	207	195	156	171	104	103	75	62	61	62	74	52	67	57	60	43	50	42	35	52	29	28	33	44	43	18
53	3477	683	562	241	151	198	155	202	103	100	77	61	84	54	72	77	74	65	79	47	44	50	50	44	38	40	42	37	30	17
54	3308	687	559	202	155	196	169	174	95	95	78	81	62	46	67	48	75	66	81	38	37	33	55	42	35	32	18	37	34	11
55	3117	655	515	211	170	163	138	172	100	81	63	57	71	38	48	56	72	59	64	39	56	43	44	37	37	28	24	27	27	22
56	2550	474	430	171	115	158	121	144	73	67	67	68	50	38	43	51	57	62	55	22	42	44	38	35	26	15	26	23	19	16
57	2244	446	416	133	96	119	131	143	76	53	53	50	32	30	32	49	45	39	20	38	26	24	19	24	16	18	24	26	13	13
58	1965	375	338	113	80	134	109	102	49	47	57	43	49	18	33	42	56	32	49	23	24	31	35	15	29	14	12	28	20	8
59	1833	323	368	87	72	106	107	100	42	53	41	54	50	16	20	38	48	46	35	21	28	27	21	22	21	12	12	22	15	11
60	1481	245	281	85	63	92	74	93	44	22	39	41	23	12	30	23	54	41	31	11	29	26	29	27	16	5	9	17	15	4
61	1247	214	251	51	69	72	77	77	37	16	37	30	14	10	19	32	30	29	28	15	18	17	25	13	18	6	4	19	9	10
62	1041	214	233	59	35	75	51	64	26	9	28	26	9	7	7	20	24	27	23	5	19	13	14	13	12	5	5	12	2	4
63	902	169	208	43	34	47	42	66	29	6	22	23	17	6	16	21	22	13	12	9	14	14	8	23	16	4	0	9	1	8
64	611	153	132	26	28	29	45	34	12	2	18	13	4	2	6	12	17	10	12	5	13	7	3	11	8	0	0	8	1	0
65	82	1	19	5	9	7	3	22	0	0	6	0	0	0	0	2	0	0	3	0	2	0	1	0	0	0	1	0	1	0
172419		41849	26670	13686	9174	8729	7697	7459	5350	4882	4244	3855	3588	3362	3135	2746	2595	2560	2516	2053	1976	1951	1888	1810	1776	1723	1587	1317	1262	979

Всички
кръводарители,
цяла кръв
– за цялата страна

Кръводарителската активност за 2024 г.

Възраст	Брой по възраст	НЦХ София	НЦХ Пловдив	НЦХ Варна	НЦХ Стара Загора	ОТХ Ловеч	ОТХ Костандино	ОТХ Бургас	НЦХ Плевен	ОТХ Велико Търново	ОТХ Шумен	ОТХ София област	ОТХ Благоевград	ОТХ Смолян	ОТХ Пазарджик	ОТХ Русе	ОТХ Лясково	ОТХ Сливен	ОТХ Ямбол	ОТХ Кърнаели	ОТХ Търговище	ОТХ Габрово	ОТХ Враца	ОТХ Добрич	ОТХ Перник	ОТХ Разград	ОТХ Лепт	ОТХ Силистра	ОТХ Видин	ОТХ Монтана		
18	596	69	126	222	58	6	8	38	16	13	6	0	5	8	5	3	1	2	6	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0		
19	417	44	102	110	66	10	17	16	21	2	6	1	4	4	2	2	2	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0		
20	400	54	93	104	56	12	15	8	8	7	12	1	6	1	9	1	4	5	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0		
21	523	72	119	141	82	11	20	13	24	11	9	3	3	1	0	1	4	3	2	3	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0		
22	475	80	107	107	67	16	22	8	15	16	10	1	3	5	1	4	1	3	2	1	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0		
23	503	114	100	86	71	12	27	11	20	18	8	3	10	4	1	3	3	3	1	3	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0		
24	481	127	109	82	44	21	18	6	21	10	11	6	6	3	3	6	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0		
25	507	132	108	104	38	17	18	14	7	12	13	9	7	4	0	5	3	3	2	1	4	3	0	0	0	1	0	1	1	0		
26	453	154	94	65	25	17	19	17	12	7	8	11	3	3	2	2	1	6	3	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0		
27	525	185	102	71	36	19	33	14	9	9	8	6	6	7	1	4	1	1	3	2	3	0	1	1	1	1	0	0	1	1		
28	508	162	102	86	26	13	30	19	10	10	8	16	4	0	5	5	1	1	2	1	2	0	1	2	0	1	0	1	0	0		
29	540	180	112	77	34	18	29	16	6	8	16	9	10	3	2	3	3	1	1	0	5	2	3	0	2	0	0	0	0	0		
30	644	199	154	74	52	31	26	30	7	8	11	11	6	4	4	2	3	4	3	2	2	1	0	2	3	3	1	1	0	0		
31	679	177	160	102	57	23	32	13	15	10	15	9	10	9	5	4	5	2	9	3	4	3	2	5	3	2	0	0	0	0		
32	714	225	152	105	40	34	27	25	12	13	16	17	10	3	10	2	3	1	4	8	1	1	3	0	0	0	2	0	0	0		
33	745	212	166	106	62	28	32	20	18	13	15	16	9	3	4	4	7	5	4	6	4	1	1	2	1	3	1	2	0	0		
34	846	272	149	121	73	33	50	32	12	21	9	13	10	6	4	10	3	5	5	4	2	3	4	1	1	2	0	1	0	0		
35	858	246	186	102	65	33	53	32	20	17	11	15	11	6	6	5	6	11	7	8	2	3	2	3	3	1	0	0	1	0		
36	835	268	167	115	49	38	30	32	13	23	13	17	13	3	6	7	7	11	9	4	3	0	0	1	3	1	2	0	0	0		
37	857	279	166	97	67	36	29	38	20	21	18	18	7	10	8	9	8	8	4	1	6	1	3	1	0	0	0	1	1	0		
38	888	248	189	126	71	44	39	30	20	22	8	4	11	6	18	10	1	10	3	10	4	2	1	4	4	2	0	1	0	0		
39	837	259	161	118	56	34	36	18	17	32	18	6	11	10	11	5	6	7	6	4	5	2	4	2	2	3	3	0	1	0		
40	744	203	157	114	53	35	29	25	14	22	18	16	9	10	7	5	4	4	2	5	3	2	1	2	1	0	1	0	1	0		
41	742	173	153	115	65	34	46	25	16	21	17	11	11	11	5	4	6	4	3	8	5	2	3	0	3	1	0	0	0	0		
42	753	194	176	113	63	35	28	26	20	19	16	10	9	4	6	5	6	1	5	7	3	2	1	1	1	0	1	0	1	0		
43	649	163	131	76	60	30	26	22	17	19	19	12	11	9	11	6	8	4	3	5	4	3	5	1	1	0	2	1	0	0		
44	692	164	157	88	57	51	40	20	15	15	12	6	9	4	12	2	4	3	5	6	4	9	4	2	1	2	0	0	0	0		
45	659	153	139	83	63	49	40	14	17	17	9	6	15	5	5	5	7	3	5	6	0	7	2	2	1	2	2	1	1	0		
46	645	142	167	89	50	52	28	13	13	18	12	8	7	12	3	3	4	3	4	2	4	2	1	0	4	3	1	0	0	0		
47	660	143	134	81	62	53	50	20	19	24	10	8	11	13	10	2	4	2	2	1	1	4	1	1	0	2	0	0	1	0	0	
48	655	156	132	76	63	46	33	24	16	21	12	9	6	12	6	5	5	3	6	1	7	6	3	3	1	2	0	0	1	0	0	
49	613	139	136	67	56	38	42	20	17	17	19	6	5	4	7	8	5	2	3	5	1	2	1	5	3	0	2	2	0	0	0	
50	568	100	152	63	50	38	52	17	11	14	14	4	4	6	3	8	8	1	2	2	3	3	3	2	0	1	5	0	1	0	0	
51	509	93	133	67	57	30	21	21	12	11	14	7	3	5	8	3	3	3	4	2	2	2	3	1	1	2	0	1	0	0	0	
52	461	78	139	50	45	44	24	11	12	7	7	5	3	8	2	2	3	3	7	2	2	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	
53	510	82	146	62	45	37	31	10	9	12	16	1	8	6	7	5	10	3	4	2	3	1	1	3	2	1	3	0	0	0	0	
54	467	77	134	50	58	36	12	14	10	8	15	1	5	10	2	2	5	9	3	3	1	0	3	2	1	3	0	3	0	0	0	
55	421	65	143	47	36	27	17	16	12	4	10	1	5	3	4	5	2	3	3	5	2	0	0	1	1	3	2	4	0	0	0	
56	353	51	121	33	40	23	15	12	14	3	7	3	5	5	3	3	3	3	1	2	0	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	
57	329	44	124	16	41	24	17	4	16	5	6	4	2	4	6	0	1	3	3	0	0	1	1	5	2	0	0	0	0	0	0	0
58	280	31	104	16	30	28	10	5	10	6	8	0	5	2	5	3	6	0	1	1	0	2	1	3	1	2	0	0	0	0	0	0
59	230	30	91	18	23	20	10	6	8	0	7	1	1	2	0	1	3	2	1	3	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
60	194	21	85	13	15	17	6	1	14	0	5	1	2	3	0	0	0	0	1	6	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
61	187	23	73	12	24	19	3	3	5	3	3	0	3	2	3	1	1	2	2	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0
62	154	22	61	15	16	12	3	1	5	4	2	1	4	1	1	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0
63	121	14	56	11	4	9	0	3	4	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
64	68	10	27	6	7	8	0	0	1	1	2	0	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
65	13	0	8	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25500		6129	6003	3702	2279	1301	1194	783	630	576	512	315	314	247	225	175	171	158	148	146	102	77	69	63	57	50	32	29	13	0	0	

Безвъзмездни
кръводарители,
цяла кръв
– за цялата страна

Кръводарителската активност за 2024 г.

Възраст	Брой по възраст	ЦТХ София	ЦТХ Пловдив	ЦТХ Варна	ЦТХ Стара Загора	ОТХ Ловеч	ОТХ Костандино	ОТХ Бургас	ЦТХ Плевен	ОТХ Велико Търново	ОТХ Шумен	ОТХ София-област	ОТХ Благоевград	ОТХ Смолян	ОТХ Пазарджик	ОТХ Русе	ОТХ Каспиево	ОТХ Сливен	ОТХ Ямбол	ОТХ Кърнаели	ОТХ Търговище	ОТХ Габрово	ОТХ Враца	ОТХ Добрич	ОТХ Перник	ОТХ Разград	ОТХ Лепт	ОТХ Силистра	ОТХ Видин	ОТХ Монтана	
18	596	69	126	222	58	6	8	38	16	13	6	0	5	8	5	3	1	2	6	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	
19	417	44	102	110	66	10	17	16	21	2	6	1	4	4	2	2	2	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0	
20	400	54	93	104	56	12	15	8	8	7	12	1	6	1	9	1	4	5	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	
21	523	72	119	141	82	11	20	13	24	11	9	3	3	1	1	0	1	3	2	3	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
22	475	80	107	107	67	16	22	8	15	16	10	1	3	5	1	4	1	3	2	1	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	
23	503	114	100	86	71	12	27	11	20	18	8	3	10	4	1	3	3	3	1	3	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	
24	481	127	109	82	44	21	18	6	21	10	11	6	6	3	3	6	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	
25	507	132	108	104	38	17	18	14	7	12	13	9	7	4	0	5	3	3	2	1	4	3	0	0	0	1	0	1	1	0	
26	453	154	94	65	25	17	19	17	12	7	8	11	3	3	2	2	1	6	3	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
27	525	185	102	71	36	19	33	14	9	9	8	6	6	7	1	4	1	1	3	2	3	0	1	1	1	1	0	0	1	1	
28	508	162	102	86	26	13	30	19	10	10	8	16	4	0	5	5	1	1	2	1	2	0	1	2	0	1	0	1	0	0	
29	540	180	112	77	34	18	29	16	6	8	16	9	10	3	2	3	3	1	1	0	5	2	3	0	2	0	0	0	0	0	
30	644	199	154	74	52	31	26	30	7	8	11	11	6	4	4	2	3	4	3	2	2	1	0	2	3	1	1	0	0	0	
31	679	177	160	102	57	23	32	13	15	10	15	9	10	9	5	4	5	2	5	3	4	3	2	5	3	2	0	0	0	0	
32	714	225	152	105	40	34	27	25	12	13	16	17	10	3	10	2	3	1	4	8	1	1	3	0	0	0	2	0	0	0	
33	745	212	166	106	62	28	32	20	18	13	15	16	9	3	4	4	7	5	4	6	4	1	1	2	1	1	2	0	0	0	
34	846	272	149	121	73	33	50	32	12	21	9	13	10	6	4	10	3	5	5	4	2	3	3	4	1	1	2	0	1	0	
35	858	246	186	102	65	33	53	32	20	17	11	15	11	6	6	5	6	11	7	8	2	3	2	3	3	1	0	0	1	0	
36	833	268	167	115	49	38	30	32	13	23	13	17	13	3	6	7	7	11	8	4	3	0	0	1	3	1	2	0	0	0	
37	857	279	166	97	67	36	29	38	20	21	18	18	7	10	8	9	8	8	4	1	8	1	3	1	0	0	0	1	1	0	
38	888	248	189	126	71	44	39	30	20	22	8	4	11	6	18	10	1	10	3	10	4	2	1	4	4	2	0	1	0	0	
39	837	259	161	118	56	34	36	18	17	32	18	6	11	10	11	5	6	7	6	4	5	2	4	2	2	3	3	0	1	0	
40	744	203	157	114	53	35	29	25	14	22	18	18	9	10	7	5	4	4	2	5	3	2	1	2	1	0	1	0	1	0	
41	742	173	153	115	65	34	46	25	16	21	17	11	11	11	5	4	6	4	3	8	5	2	3	0	3	1	0	0	0	0	
42	753	194	176	113	63	35	28	26	20	19	16	10	9	4	6	5	6	1	5	7	3	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0
43	649	163	131	76	60	30	26	22	17	19	19	12	11	9	11	6	8	4	3	5	4	3	3	5	1	1	0	2	1	0	0
44	692	164	157	88	57	40	20	15	15	12	6	9	4	12	2	4	3	5	6	4	4	4	9	4	2	1	2	0	0	0	0
45	659	153	139	83	63	49	40	14	17	17	9	6	15	5	5	5	7	3	5	6	0	7	2	2	1	2	2	1	1	1	0
46	645	142	167	89	50	51	28	13	13	18	12	8	7	12	3	3	4	3	4	2	4	2	1	0	4	3	1	0	0	0	0
47	660	143	134	81	62	53	50	20	19	24	10	8	11	13	10	2	4	2	2	1	1	4	1	1	1	0	2	0	1	0	0
48	655	156	132	76	63	46	33	24	16	21	12	9	6	12	6	5	5	3	6	1	7	6	3	3	1	2	0	0	1	0	0
49	613	139	136	67	56	38	42	20	17	17	19	6	5	4	7	8	5	2	3	5	1	2	1	5	3	0	2	2	0	0	0
50	568	100	152	63	50	38	52	17	11	14	14	4	4	6	3	8	8	1	2	2	3	3	3	2	0	1	5	0	1	0	0
51	509	93	133	67	57	30	21	21	12	11	14	7	3	5	8	3	3	3	4	2	2	2	3	1	1	2	0	1	0	0	0
52	461	78	139	50	45	44	24	11	12	7	7	5	3	8	2	2	3	3	7	2	2	2	2	1	1	0	1	1	1	0	0
53	510	82	146	62	45	37	31	10	9	12	16	1	8	6	7	5	16	3	4	2	3	1	1	3	2	1	3	0	0	0	0
54	467	77	134	50	58	36	12	14	10	8	15	1	5	10	2	2	5	9	3	3	1	0	3	2	1	3	0	3	0	0	0
55	421	65	143	47	36	27	17	16	12	4	10	1	5	3	4	5	2	3	3	5	2	0	0	1	1	3	2	4	0	0	0
56	353	51	121	33	40	23	15	12	14	3	7	3	5	5	3	3	3	3	1	2	0	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0
57	329	44	124	16	41	24	17	4	16	5	6	4	2	4	6	0	1	3	3	0	0	1	1	5	2	0	0	0	0	0	0
58	280	31	104	16	30	28	10	5	10	6	8	0	5	2	5	3	6	0	1	1	0	2	1	3	1	2	0	0	0	0	0
59	230	30	91	18	23	20	10	6	8	0	7	1	1	2	0	1	3	2	1	3	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
60	194	21	85	13	15	17	6	1	14	0	5	1	2	3	0	0	0	0	1	6	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0
61	187	23	73	12	24	19	3	3	5	3	3	0	3	2	3	1	1	2	2	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0
62	154	22	61	15	16	12	3	1	5	4	2	1	4	1	1	0	0	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0
63	121	14	56	11	4	9	0	3	4	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
64	68	10	27	6	7	8	0	0	1	1	2	0	2	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
65	13	0	8	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25500		6129	6003	3702	2279	1301	1194	783	630	576	512	315	314	247	225	175	171	158	148	146	102	77	69	63	57	50	32	29	13	0	

Безвъзмездни
кръводарители,
цяла кръв
– за цялата страна
– пренормирани по
ОТХ/ЦТХ

Кръводарителската активност за 2024 г.

Възраст	Брой по възраст	Област																																										
		ННТХ София	ЦТХ Пловдив	ЦТХ Враца	ЦТХ Стара Загора	ОТХ Ловеч	ОТХ Костандима	ОТХ Бургас	ЦТХ Плевен	ОТХ Велико Търново	ОТХ Шумен	ОТХ София-област	ОТХ Благоевград	ОТХ Смолян	ОТХ Пазарджик	ОТХ Русе	ОТХ Лясково	ОТХ Сливен	ОТХ Ямбол	ОТХ Кърнаблин	ОТХ Търговище	ОТХ Габрово	ОТХ Враца	ОТХ Добрич	ОТХ Перник	ОТХ Разград	ОТХ Лепн	ОТХ Силистра	ОТХ Видин	ОТХ Монтана														
18	596	69	126	222	58	6	8	38	16	13	6	0	5	8	5	3	1	2	6	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0														
19	417	44	102	110	66	10	17	16	21	2	6	1	4	4	2	2	2	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0														
20	400	54	93	104	56	12	15	8	8	7	12	1	6	1	9	1	4	5	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0														
21	523	72	119	141	82	11	20	13	24	11	9	3	3	1	1	0	1	3	2	3	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0														
22	475	80	107	107	67	16	22	8	15	16	10	1	3	5	1	4	1	3	2	1	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0														
23	503	114	100	86	71	12	27	11	20	18	8	3	10	4	1	3	3	3	1	3	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0														
24	481	127	109	82	44	21	18	6	21	10	11	6	6	3	3	6	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0														
25	507	132	108	104	38	17	18	14	7	12	13	9	7	4	0	5	3	3	2	1	4	3	0	0	0	1	0	1	1	0														
26	453	154	94	65	25	17	19	17	12	7	8	11	3	3	2	2	1	6	3	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0														
27	525	185	102	71	36	19	33	14	9	9	8	6	6	7	1	4	1	1	3	2	3	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0													
28	508	162	102	86	26	13	30	19	10	10	8	16	4	0	5	5	1	1	2	1	2	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0													
29	540	180	112	77	34	18	29	16	6	8	16	9	10	3	2	3	3	1	1	0	5	2	3	0	2	0	0	0	0	0	0													
30	644	199	154	74	52	31	26	30	7	8	11	11	6	4	4	2	3	4	3	2	2	1	0	2	3	3	1	1	0	0	0													
31	679	177	160	102	57	23	32	13	15	10	15	9	10	9	5	4	5	2	9	3	4	3	2	5	3	2	0	0	0	0	0	0												
32	714	225	152	105	40	34	27	25	12	13	16	17	10	3	10	2	3	1	4	8	1	1	3	0	0	0	2	0	0	0	0	0												
33	745	212	166	106	62	28	32	20	18	13	15	16	9	3	4	4	7	5	4	6	4	1	1	2	1	3	1	2	0	0	0	0												
34	846	272	149	121	73	33	50	32	12	21	9	13	10	6	4	10	3	5	5	4	2	3	4	1	1	2	0	1	0	0	0	0												
35	856	246	186	102	65	33	53	32	20	17	11	15	11	6	6	5	6	11	7	8	2	3	2	3	3	1	0	0	1	0	0	0	0											
36	835	268	167	115	49	38	30	32	13	23	13	17	13	3	6	7	7	11	9	4	3	0	0	1	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0										
37	857	279	166	97	67	36	29	38	20	21	18	18	7	10	8	9	8	8	4	1	6	1	3	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0										
38	888	248	189	126	71	44	39	30	20	22	8	4	11	6	18	10	1	10	3	10	4	2	1	4	4	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0									
39	837	259	161	118	56	34	36	18	17	32	18	6	11	10	11	5	6	7	6	4	5	2	4	2	2	3	3	0	1	0	0	0	0	0	0									
40	744	203	157	114	53	35	29	25	14	22	18	16	9	10	7	5	4	4	2	5	3	2	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0									
41	742	173	153	115	65	34	46	25	16	21	17	11	11	11	5	4	6	4	3	8	5	2	3	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
42	753	194	176	113	63	35	28	26	20	19	16	10	9	4	6	5	6	1	5	7	3	2	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0							
43	649	163	131	76	60	30	26	22	17	19	19	12	11	9	11	6	8	4	3	5	4	3	5	1	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
44	692	164	157	88	57	51	40	20	15	15	12	6	9	4	12	2	4	3	5	6	4	9	4	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
45	659	153	139	83	63	49	40	14	17	17	9	6	15	5	5	5	7	3	5	6	0	7	2	2	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
46	645	142	167	89	50	52	28	13	13	18	12	8	7	12	3	3	4	3	4	2	4	2	1	0	4	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
47	660	143	134	81	62	53	50	20	19	24	10	8	11	13	10	2	4	2	2	1	1	4	1	1	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
48	655	156	132	76	63	46	33	24	16	21	12	9	6	12	6	5	5	3	6	1	7	6	3	3	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
49	613	139	136	67	56	38	42	20	17	17	19	6	5	4	7	8	5	2	3	6	5	1	2	1	5	3	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
50	568	100	152	63	50	38	52	17	11	14	14	4	4	6	3	8	8	1	2	2	3	3	3	2	0	1	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
51	509	93	133	67	57	30	21	21	12	11	14	7	3	5	8	3	3	3	4	2	2	2	3	1	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
52	461	78	139	50	45	44	24	11	12	7	7	5	3	8	2	2	3	3	7	2	2	2	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
53	510	82	146	62	45	37	31	10	9	12	16	1	8	6	7	5	10	3	4	2	3	1	1	3	2	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
54	467	77	134	50	58	36	12	14	10	8	15	1	5	10	2	2	5	9	3	3	1	0	3	2	1	3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
55	421	65	143	47	36	27	17	16	12	4	10	1	5	3	4	5	2	3	3	5	2	0	0	1	1	3	2	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
56	353	51	121	33	40	23	15	12	14	3	7	3	5	5	3	3	3	3	1	2	0	2	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
57	329	44	124	16	41	24	17	4	16	5	6	4	2	4	6	0	1	3	3	0	0	1	1	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
58	280	31	104	16	30	28	10	5	10	6	8	0	5	2	5	3	6	0	1	1	0	2	1	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
59	230	30	91	18	23	20	10	6	8	0	7	1	1	2	0	1	3	2	1	3	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
60	194	21	85	13	15	17	6	1	14	0	5	1	2	3	0	0	0	0	0	1	6	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
61	187	23	73	12	24	19	3	3	5	3	3	0	3	2	3	1	1	2	2	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
62	154	22	61	15	16	12	3	1	5	4	2	1	4	1	1	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
63	121	14	56	11	4	9	0	3	4	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
64	68	10	27	6	7	8	0	0	1	1	2	0	2	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
65	13	0	8	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25500		6129	6003	3702	2279	1301	1194	783	630	576	512	315	314	247	225	175	171	158	148	146	10																							

Идеи за комуникационни стратегии ○○○●

Baby boomers
60–65

60	194	21	85	13	15	17	6	1	14	0	5	1	2	3	0	0	0	0	1	6	0	1	2	0	1	0	0	0	0
61	187	23	73	12	24	19	3	3	5	3	3	0	3	2	3	1	1	2	2	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0
62	154	22	61	15	16	12	3	1	5	4	2	1	4	1	1	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	2	0	0	
63	121	14	56	11	4	9	0	3	4	2	3	2	1	2	1	1	1	1	3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
64	68	10	27	6	7	8	0	0	1	1	2	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
65	13	0	8	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

- Тенденцията за застаряване на населението увеличава клиничната необходимост и търсенето на кръвни продукти, като едновременно с това намалява относителния дял на по-младите потенциални кръводарители. Поради това **задържането на здравите и опитни кръводарители в по-напреднала възраст** се превръща във важна стратегия за поддържане на адекватно кръвоснабдяване.
- Представителите на поколението „Бейби бумърс“ е по-вероятно да имат близки с хронични заболявания или те самите да са преминали през интервенции или кръвопреливания. **Тази лично преживяна връзка** с необходимостта от кръв прави апелите за кръводаряване по-ефективни, когато те акцентират върху **помощта за реални пациенти** или върху **съпричастността с местното ОТХ и болнично заведение**.
- Това съответства и на установеното в [6], че във всички възрастови групи познаването на човек, който е имал нужда от кръвопреливане, е фактор, който повишава готовността за даряване на кръв и плазма.

[6] Piersma, T. W., Merz, E.-M. (2019). (Non-)donor demographics, donation willingness, and the donor career. *Transfusion*, 59(6), 1894–1896. <https://doi.org/10.1111/trf.15268>

Идеи за комуникационни стратегии ○○●○

Поколение X
44–59

44	692	164	157	88	57	51	40	20	15	15	12	6	9	4	12	2	4	3	5	6	4	9	4	2	1	2	0	0	0	0
45	659	153	139	83	63	49	40	14	17	17	9	6	15	5	5	5	7	3	5	6	0	7	2	2	1	2	2	1	1	0
46	645	142	167	89	50	52	28	13	13	18	12	8	7	12	3	3	4	3	4	2	4	2	1	0	4	3	1	0	0	0
47	660	143	134	81	62	53	50	20	19	24	10	8	11	13	10	2	4	2	2	1	1	4	1	1	0	2	0	1	0	0
48	655	156	132	76	63	46	33	24	16	21	12	9	6	12	6	5	5	3	6	1	7	6	3	3	1	2	0	0	1	0
49	613	139	136	67	56	38	42	20	17	17	19	6	5	4	7	8	5	2	3	5	1	2	1	5	3	0	2	2	0	0
50	568	100	152	63	50	38	52	17	11	14	14	4	4	6	3	8	8	1	2	2	3	3	3	2	0	1	5	0	1	0
51	509	93	133	67	57	30	21	21	12	11	14	7	3	5	8	3	3	3	4	2	2	2	3	1	1	2	0	1	0	0
52	461	78	139	50	45	44	24	11	12	7	7	5	3	8	2	2	3	3	7	2	2	2	1	1	0	1	1	1	0	0
53	510	82	146	62	45	37	31	10	9	12	16	1	8	6	7	5	10	3	4	2	3	1	1	3	2	1	3	0	0	0
54	467	77	134	50	58	36	12	14	10	8	15	1	5	10	2	2	5	9	3	3	1	0	3	2	1	3	0	3	0	0
55	421	65	143	47	36	27	17	16	12	4	10	1	5	3	4	5	2	3	3	5	2	0	0	1	1	3	2	4	0	0
56	353	51	121	33	40	23	15	12	14	3	7	3	5	5	3	3	3	3	1	2	0	2	2	0	0	2	0	0	0	0
57	329	44	124	16	41	24	17	4	16	5	6	4	2	4	6	0	1	3	3	0	0	1	1	5	2	0	0	0	0	0
58	280	31	104	16	30	28	10	5	10	6	8	0	5	2	5	3	6	0	1	1	0	2	1	3	1	2	0	0	0	0
59	230	30	91	18	23	20	10	6	8	0	7	1	1	2	0	1	3	2	1	3	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0

- Хората от това поколение все още дейно участват в кръводаряването, но тази активност естествено ще намалява с напредването на възрастта, тъй като стават по-податливи на здравословни проблеми.
- Смята се, че представителите са мотивирани предимно от **чувство за граждански дълг и социална отговорност**, както и от стремежа да **поддържат вече установените си навици** за кръводаряване. Характерна особеност на това поколение, разгледана в [2], е склонността към избягване на риска в съчетание с по-високи нива на недоверчивост.
- Посланията, насочени към поколение X, следва да бъдат свързани със **стриктното спазване на стандартите за безопасност** при кръводаряване, с удобната и предвидима **организация на процеса**, както и с възможността за **достъп до резултатите от изследванията** на дарената кръв, което създава усещане за **лична полза** и насърчава здравната осведоменост.

[2] Scholz, C. (2010). Generation Y and Blood Donation: The Impact of Altruistic Help in a Darwiportunistic Scenario. Transfusion Medicine and Hemotherapy, 37, 195–202. <https://10.1159/000318023>

Идеи за комуникационни стратегии ○●○○

Поколение Y
28–43
(Millennials)

28	508	162	102	86	26	13	30	19	10	10	8	16	4	0	5	5	1	1	2	1	2	0	1	2	0	1	0	1	0	0
29	540	180	112	77	34	18	29	16	6	8	16	9	10	3	2	3	3	1	1	0	5	2	3	0	2	0	0	0	0	0
30	644	199	154	74	52	31	26	30	7	8	11	11	6	4	4	2	3	4	3	2	2	1	0	2	3	3	1	1	0	0
31	679	177	160	102	57	23	32	13	15	10	15	9	10	9	5	4	5	2	9	3	4	3	2	5	3	2	0	0	0	0
32	714	225	152	105	40	34	27	25	12	13	16	17	10	3	10	2	3	1	4	8	1	1	3	0	0	0	2	0	0	0
33	745	212	166	106	62	28	32	20	18	13	15	16	9	3	4	4	7	5	4	6	4	1	1	2	1	3	1	2	0	0
34	846	272	149	121	73	33	50	32	12	21	9	13	10	6	4	10	3	5	5	4	2	3	4	1	1	2	0	1	0	0
35	856	246	186	102	65	33	53	32	20	17	11	15	11	6	6	5	6	11	7	8	2	3	2	3	3	1	0	0	1	0
36	835	268	167	115	49	38	30	32	13	23	13	17	13	3	6	7	7	11	9	4	3	0	0	1	3	1	2	0	0	0
37	857	279	166	97	67	36	29	38	20	21	18	18	7	10	8	9	8	8	4	1	6	1	3	1	0	0	0	1	1	0
38	888	248	189	126	71	44	39	30	20	22	8	4	11	6	18	10	1	10	3	10	4	2	1	4	4	2	0	1	0	0
39	837	259	161	118	56	34	36	18	17	32	18	6	11	10	11	5	6	7	6	4	5	2	4	2	2	3	3	0	1	0
40	744	203	157	114	53	35	29	25	14	22	18	16	9	10	7	5	4	4	2	5	3	2	1	2	1	0	1	0	1	0
41	742	173	153	115	65	34	46	25	16	21	17	11	11	11	5	4	6	4	3	8	5	2	3	0	3	1	0	0	0	0
42	753	194	176	113	63	35	28	26	20	19	16	10	9	4	6	5	6	1	5	7	3	2	1	1	1	0	1	0	1	0
43	649	163	131	76	60	30	26	22	17	19	19	12	11	9	11	6	8	4	3	5	4	3	5	1	1	0	2	1	0	0

- Представителите на поколение Y са в етап от живота си, в който работят на **пълен работен ден и отглеждат деца** и балансират множество професионални и лични отговорности. Поради това **удобството** е ключов фактор, докато дългото чакане или отдалечеността на местата за кръводаряване могат съществено да намалят тяхната ангажираност.
- Подходяща стратегия са **компаниите за изнесено кръводаряване** на работното място или в търговски центрове (добавя ангажиращ социален елемент, личен пример пред децата) и **популяризирането на двата допълнителни дни платен отпуск** по КТ.
- Следва да се имат предвид **високата здравна осведоменост** и **развитите дигитални навици** на хората от това поколение, потребността от споделяне и прозрачност. През 2010 г. в [2] се отбелязва, че хората от поколение Y имат избор между огромен брой каузи, но често откриват стимул в онези от тях, даващи **видимост и признание на техния принос към обществото**.
- След даряването безвъзмездният кръводарител може да **получава обратна връзка** кога и в какъв тип лечебно заведение е била използвана неговата кръв (без разкриване на лични данни на пациента). **Това е възможно да се автоматизира**.

[2] Scholz, C. (2010). Generation Y and Blood Donation: The Impact of Altruistic Help in a Darwiportunistic Scenario. Transfusion Medicine and Hemotherapy, 37, 195–202. <https://10.1159/000318023>

Идеи за комуникационни стратегии ●○○○

Поколение Z
18–27

18	596	69	126	222	58	6	8	38	16	13	6	0	5	8	5	3	1	2	6	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
19	417	44	102	110	66	10	17	16	21	2	6	1	4	4	2	2	2	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	2	1	0
20	400	54	93	104	56	12	15	8	8	7	12	1	6	1	9	1	4	5	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
21	523	72	119	141	82	11	20	13	24	11	9	3	3	1	1	0	1	3	2	3	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0
22	475	80	107	107	67	16	22	8	15	16	10	1	3	5	1	4	1	3	2	1	1	1	1	1	0	2	0	0	1	0
23	503	114	100	86	71	12	27	11	20	18	8	3	10	4	1	3	3	3	1	3	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0
24	481	127	109	82	44	21	18	6	21	10	11	6	6	3	3	6	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1
25	507	132	108	104	38	17	18	14	7	12	13	9	7	4	0	5	3	3	2	1	4	3	0	0	0	1	0	1	1	0
26	453	154	94	65	25	17	19	17	12	7	8	11	3	3	2	2	1	6	3	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0
27	525	185	102	71	36	19	33	14	9	9	8	6	6	7	1	4	1	1	3	2	3	0	1	1	1	0	0	1	1	0

- Голяма част от поколението Z отговаря на условията за кръводаряване – подходяща възраст и добро здравословно състояние, но най-близкият им социален кръг също се състои от относително млади и здрави хора, което обяснява защо **посланията за нуждата от кръводаряване по-рядко достигат до тях** и те са по-слабо активни кръводарители.
- И все пак участието на младите хора следва да се превърне в неразделна част от доброволческата култура [5], тъй като именно от тях се очаква да формират основата на бъдещото кръвоснабдяване в страната. Естествена идея е организирането на **регулярни информационни и мотивационни кампании** в училищата и университетите.
- Но най-вече като първите истински **digital natives**, както и **mobile natives**, поколение Z силно се влияят от подходи, основани на **личния пример**, включително кампании с **участието на инфлуенсъри** [8, 11], и присъствие на съдържание, свързано с кръводаряването, в социалните мрежи *TikTok, Instagram* и др. [9].
- Разработката и апробирането на **мобилни приложения с елементи на геймификация** за насърчаване на кръводаряванията и задържане на кръводарителите са обект на множество научни изследвания [3, 4, 7, 10, 12] през последните 10 години.

[5] Терзиева, К. Знание и отношение към кръводаряването на младите хора – бъдещи доброволни и безвъзмездни кръводарители. Военна медицина, LXIX, брой 1/2017, 59-62

Идеи за комуникационни стратегии



преди кръводаряване



между две кръводарявания



след кръводаряване

Идеи за комуникационни стратегии



преди кръводаряване



между две кръводарявания



след кръводаряване

Най-ефективните мерки за насърчаване (и задържане) на кръводарителите са:

- ясна и **пълна предварителна информация** за процеса,
- **намаляване на организационните затруднения** (в пространството и времето),
- осигуряване на **положително кръводарителско преживяване**.

Идеи за комуникационни стратегии



преди кръводаряване



между две кръводарявания



след кръводаряване

Независимо от възрастта на кръводарителите, един фактор, който влияе силно възпиращо на безвъзмездното кръводаряване, е опасението, че техен близък родственик може да се нуждае от кръвопреливане в близко бъдеще – по-конкретно, в двумесечния период, когато те не могат отново да кръводарят.

Това опасение може да бъде намалено с по-широко популяризиране на съществуващата възможност безвъзмездно **дарената кръв впоследствие да бъде пренасочена за евентуално използване** от близки на кръводарителя в определен период след кръводаряването и така да гарантира спокойствието на кръводарителите и близките им.

Целенасоченото информирание на обществото за тази възможност би насърчило доброволното кръводаряване, създавайки чувство за сигурност, без да променя алтруистичния характер на кръводарителския акт.

Идеи за комуникационни стратегии



преди кръводаряване



между две кръводарявания



след кръводаряване

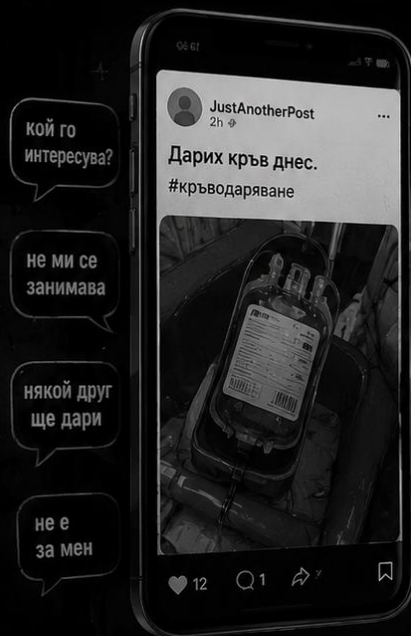
Мобилно приложение на НЦТХ с данни за:

- лична кръводарителска история;
- кръвна група, Rh(D), разширен антигенен профил;
- честота на срещане на тази кръвна група в населението;
- резултати от изследванията;
- персонална статистика (активни години, честота, литри кръв, приблизителен брой подпомогнати пациенти);
- пинчета на посетените места на кръводаряване („книжка с печати“ от всички ОТХ и ЦТХ в страната);
- напомняния при приближаване на края на двумесечния срок, в който не може да се кръводарява;
- въвеждане на обстоятелства за временно отлагане и преизчисляване на нов ориентиран срок за следващото допустимо кръводаряване;
- времева и геолокация на най-близки кампании, и др.

Примери

CURRENT STATUS:
КРЪВОДАРЯВАНЕТО
НЕ Е **GIVING VIRAL.**

GOAL:
ДА СТАНЕ
PART OF THE LORE. 🩸 ✨



1%

100% ⚡

NOT ON THE FEED.
NOT IN THE CULTURE.
NOT PART OF ANYTHING.

ON THE FEED.
IN THE CULTURE.
PART OF THE MOVEMENT.

OUT OF THE LOOP.
NOT GIVING VIRAL. 😞

IN THE LORE. ❤️
GIVING VIRAL.



REAL IMPACT



QUICK & EASY



COMMUNITY RESPECT



GOOD ENERGY



BETTER TOMORROW



BE THE REASON
SOMEONE GETS
ANOTHER CHAPTER.

ПРЕДСТАВИ СИ
ДА ИМАШ

O-

И ДА НЕ ДАРЯВАШ.



ACTUAL RARE SKIN,
WASTED.



СПАСЯВА
ЖИВОТИ



УНИВЕРСАЛЕН
ДАРИТЕЛ



ВИНАГИ
ТЪРСЕН



НЕЗАМЕНИМ

RARITY: LEGENDARY



O NEGATIVE
THE UNIVERSAL DONOR

NEEDED BY MANY

AVAILABILITY

IMPACT

DON'T LET YOUR
RARE SKIN
GO UNUSED.



Примери



Литература

1. Bani, M., Giussani, B. (2010). **Gender differences in giving blood: a review of the literature**. Blood Transfusion, 8(4), 278–287. <https://doi.org/10.2450/2010.0156-09>
2. Scholz, C. (2010). **Generation Y and Blood Donation: The Impact of Altruistic Help in a Darwiportunistic Scenario**. Transfusion Medicine and Hemotherapy, 37, 195–202. <https://doi.org/10.1159/000318023>
3. Domingos, D.C.L., Lima, L.F.S.G., Messias, T.F., Feijo, J.V.L., Diniz, A.A.R., Soares, H.B. (2016). **Blood hero: An application for encouraging the blood donation by applying gamification**. Proceedings of the Annual International Conference of the IEEE Engineering in Medicine and Biology Society, EMBS, 2016-October, art. no. 7592002, pp. 5624-5627. <https://doi.org/10.1109/EMBC.2016.7592002>
4. Sardi, L., Idri, A., Fernández-Alemán, J.L. (2017). **Gamified mobile blood donation applications**. Lecture Notes in Computer Science, Vol. 10208, pp. 165 - 176. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56148-6_14
5. Терзиева, К. **Знание и отношение към кръводаряването на младите хора – бъдещи доброволни и безвъзмездни кръводарители**. Военна медицина, LXIX, брой 1/2017, 59-62.
6. Piersma, T. W., Merz, E.-M. (2019). **(Non-)donor demographics, donation willingness, and the donor career**. Transfusion, 59(6), 1894–1896. <https://doi.org/10.1111/trf.15268>
7. Sardi, L., Kharbouch, M., Rachad, T., Idri, A., Carrillo de Gea, J.M.C., Fernández-Alemán, J.L. (2019). **Blood4life: A mobile solution to recruit and retain blood donors through gamification and trans-theoretical model**. Advances in Intelligent Systems and Computing, 932, pp. 3 - 12. https://doi.org/10.1007/978-3-030-16187-3_1
8. Ravula, U., Chunchu, S.R., Sanagapati, P.R.R., Mooli, S. (2023). **Social media usage and strategies in motivating various generations of blood donors. Are we doing it right?** Transfusion and Apheresis Science, 62 (1), art. no. 103519. <https://doi.org/10.1016/j.transci.2022.103519>
9. Martínez-Sanz, R., Arribas-Urrutia, A. (2023). **Blood donors wanted: narrative innovation on TikTok to enable mobilization**. Profesional De La Informacion, 32(3), e320305. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.05>
10. Chamorro, R.E., Santos, L.H.O., Mori, Y., Liu, C., Yamamoto, G., Kuroda, T. (2024). **Gamification Approach to Provide Support About the Deferral Experience in Blood Donation: Design and Feasibility Study**. JMIR Human Factors, 11, art. no. e50086. <https://doi.org/10.2196/50086>
11. Robaina-Calderín, L., Melián-Alzola, L., Martín-Santana, J.D. (2024). **Blood donation as a public service: Young citizens' prosocial behaviour**. International Public Management Journal, 27 (2), pp. 259 - 283. <https://doi.org/10.1080/10967494.2023.2289929>
12. Sharma, R., Banerjee, D., Singh, A., Saharan, V.A. (2024). **Smart approaches for encouraging the blood donation**. Asian Journal of Transfusion Science, 18 (2), 303 - 315. https://doi.org/10.4103/ajts.ajts_30_22



Благодарим за вниманието!

Вася Атанасова, Петър Василев, Иво Умленски  ИБФБМИ – БАН

Част от представените резултати са от статията
“Blood Donation Landscape in Bulgaria: Data Analytics Insights from 2024”,
приета за печат в *сн. Interface Focus* на Royal Society; IF = 4.00

Изказваме благодарност по проект № КП-06-Н72/8 от 14.12.2023 г.
„Интуиционистки размити методи за анализ на данни с акцент върху кръводарителската система в България“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“