София, 26 ноември 2019 г.

**Проучване сочи, че двама от всеки трима българи прибягват до самолечение**

*61,5% от участвалите в изследването българи посещават лекар, след като не са успели да се излекуват сами*

Студеното време предразполага все по-честата поява на различни симптоми на настинка и грип. **Как българите се справят с тях, предприемат ли превантивни мерки, на кого се доверяват за здравни съвети?** Това са само част от въпросите, на които отговорят допитаните българи в **независимото проучване, проведено от маркетинговата агенция Pragmatica, по поръчка на медийна агенция Starcom**, част от Publicis Groupe България.

**Изследването показва, че сред българите се наблюдава феномен на самолечението.** От всеки трима човека, двама прибягват до самолечение. 61,5% от анкетираните посещават лекар, чак след като са приложили някакво самолечение, което не е проработило. Само 19% посещават лекар още при проява на първи симптоми. Основната част от хората, които са взели участие в проучването, вярват, че полагат нужните грижи за здравето си. Резултатите показват, че 59% разчитат на натурални средства и билки при лечението си. Все пак, най-голям процент от анкетираните (71%) залагат на традиционната медицина.

*„Според нас здравето е тема с голямо значение и е важно да има информираност за нея. Проучването дава полезна информация, като например, че най-често срещаните заболявания са грип и настинката, както при възрастните, така и при децата. Проучването ни помогна да достигнем и до интересни факти какви лекарства се ползват най-често и как ги купуват българите.“* – коментираВелислава Анастасова, управляващ директор на Starcom България.

Българите са посещавали личните си лекари средно 3 пъти за изминалата година. Оказва се, че повече хора вземат решение за покупка на лекарствен продукт на база предишен личен опит, отколкото на препоръка от лекар. **Почти всички семействата (97,5%) имат подготвена домашна аптечка с лекарства от първа необходимост**, до която прибягват при поява на симптоми на болест, а 63% първо посещават лекар и купуват лекарства след неговите препоръки. Въпреки това, при 67,8% от хората се е случвало да заменят предписаното им лекарство от лекар с друго по-евтино със същото действие.

**Проучването показва, че 56% от анкетираните прибягват до онлайн пазаруването и по отношение на лекарства.** Основните фармацевтични продукти, които българите купуват онлайн са хранителни добавки, витамини и пробиотици. Хората, които предпочитат традиционните аптеки, избират между 2 и 3 фармацевтични заведения всеки път, като влияние за избор оказват ценовите оферти.

**Важно е да се подчертае, че лекарите си остават най-достоверен източник за здравни съвети за 78% от анкетираните.** Интересен факт е, че 44% от хората търсят решения за здравните си проблеми в специализирани сайтове. Също така по-голям процент от тях се допитват до приятелите си, отколкото до фармацевт, а 23% се доверяват на социалните мрежи.

**За проучването: Проведеното проучване е количествено, направено чрез онлайн анкета към равен брой мъже и жени (обща бройка 400) на възраст от 18 до 70+ години, които ползват интернет поне веднъж седмично.**

**За Starcom:** Starcom е международна медийна агенция, част от комуникационната група Publicis Groupe. Присъства на повече от 100 пазара и има над 5,800 служители по света. В основата на позиционирането на агенцията са човешките преживявания и потребности, както и отражението им върху бизнес резултатите. Клиенти в портфолиото на Starcom в България са световноизвестните компании Samsung, Visa, Sandoz, Brown-Forman, Goodyear, Duracell и други.

**За Pragmatica:** Агенция за маркетингови проучвания Pragmatica специализира в областта ба маркетинговите изследвания. Тя развива своя професионализъм и в посока консултации, базирани на маркетингови изследвания. Решенията, които дава на клиентите си, са на базата на потребителското мнение и поведение, до което достига чрез методологии, разработени индивидуално за всеки клиент. В основата на екипа на Pragmatica стоят професионалисти, специализирали в областта на маркетинга, социологията, статистиката и психологията. Философията, към която агенцията се придържа и опира своите анализи, е "Решения, отвъд данните!".

**За Publicis Groupe България:** Publicis Groupeе една от най-големите маркетинг и комуникационни групи в България, която функционира под единен бизнес модел, наречен Power of One, за да предлага на клиентите постоянен и централизиран достъп до инструменти и екип от експерти в различни области, които си сътрудничат и дават персонализирани и индивидуални решения. Publicis Groupe България обединява десет специализирани звена - **Saatchi&Saatchi, Leo Burnett, Red Lion, MSL, Publicis Dialog, Brandworks, Digitas, Zenith и Starcom**, които работят в областта на рекламата, връзките с обществеността, промоционален и събитиен маркетинг, стратегическо планиране и бизнес дизайн, дигитални решения, производство на аудиовизуални продукти, медийни стратегии, планиране и купуване.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| За повече информация: | | | |
| Ива Григорова | Директор PR бизнес, MSL | + 359 887 917 267 | [iva.grigorova@msl.bg](mailto:iva.grigorova@msl.bg) |