

Comunicat de Presă Studiu Sociologic DONAREA DE SÂNGE: PERCEPȚII & BARIERE

11 Iulie 2023, București, Sala Dalles

SORMA (Societatea Română de Marketing și Cercetarea Opiniei Publice) în **parteneriat** cu Asociația Smart Society, fondatoarea **Donorium**, a realizat un studiu sociologic amplu, cu scopul de a analiza percepțiile și barierele legate de donarea de sânge în rândul populației din România.

Tema conferinței:

Ce poate face România pentru a nu mai fi ultima în ceea ce privește donarea de sânge?

“În contextul unor clasamente diferite care plasează România pe ultimul loc în Europa privind donarea de sânge, sondajul realizat de SORMA are menirea de a readuce în prim plan importanța donării de sânge pentru salvarea vieților semenilor noștri”, subliniază Alina Șerbănică, Președinte SORMA.

Principalele concluzii ale studiului sociologic realizat pe un eșantion reprezentativ la nivel urban, indică următoarele:

- Românii au nevoie de informare, **campanii de educare și responsabilizare pentru a conștientiza necesitatea donării de sânge;**
- **7 din 10 români** din mediul urban **asociază donarea de sânge cu viața;**
- Pentru **56%** dintre **români, temerile stopează actul donării de sânge;**
- Suportul psihologic din partea personalului de la centrele de donare și detalierea pașilor, (prezentarea instrumentarului) sunt de mare ajutor pentru potențialii donatori: *“poate am emoții, întrebări, vreau să îmi dea încredere că este totul sigur, să înțeleg ce se întâmplă”* spune un potențial donator
- **37% dintre români** sunt de părere că **Ministerul Sănătății trebuie să susțină campaniile de donare de sânge;**
- 4 din 10 români din mediul urban au declarat că au donat sânge în trecut, însă **doar 17% dintre aceștia au donat în ultimul an.**

- **7%** dintre **români nu ar dona** indiferent **de situație**. Însă, **93%** dintre **cei care nu au donat până acum**, ar putea fi **sensibilizați și motivați**.

“Campaniile derulate în ultimii ani au avut un impact pozitiv și sunt necesare pe mai departe pentru a crește nivelul de informare și numărul donatorilor.

O campanie bună de promovare, mai multe informații despre beneficiile donării de sânge, mai multe informații disponibile despre procesul de donare sunt aspecte extrem de importante. Românii au nevoie de informare, campanii constante de educare și responsabilizare pentru a conștientiza necesitatea donării de sânge,” spune Alina Dincă, reprezentant SORMA, coordonatorul studiului sociologic.

- **Deși numărul campaniilor derulate în ultimii ani pentru donarea de sânge a crescut, 37% dintre românii din mediul urban nu au auzit de nicio campanie**, iar **82% dintre români nu cunosc niciuna** dintre aplicațiile care **facilitează programarea pentru a dona sânge**.

“Țelul unic al Donorium este susținerea tehnică și informațională a sistemului de transfuzie, a comunității de donatori și comunicarea cu donatorii. Donorium își propune dublarea numărului de donatori recurenți până în 2025.” precizează Dragoș Mutașcu, Președintele Asociației Smart Society, fondatoarea Donorium.

- Cei care sunt parte din proces, **în calitate de donatori, de persoane care au avut nevoie de sânge, medicii** din cadrul centrelor de transfuzie sanguină, dar în același timp **și autoritățile în domeniu, prezintă încredere** pentru **viitoarele campanii**.

“Prin coagularea eforturilor centrelor de transfuzie, autorităților din domeniu, O.N.G.-urilor și mass-media, numărul persoanelor care au donat sânge s-a situat pe un trend crescător în ultimii ani. Constatăm o adresabilitate în creștere a persoanelor dornice să doneze sânge și o informare mai bună a acestora.”, menționează Lt. Col. Dr. Florea Vlădescu, medic șef la Cabinete Consultații Donatori la Centrul de Transfuzie Sanguină al MApN.

DESPRE STUDIU: Proces și Metodologie

Pentru a avea un tablou cât mai corect și relevant asupra nivelului actual de implicare a românilor în donarea de sânge, SORMA a derulat un studiu sociologic, care a cuprins două etape.

O etapă de Cercetare Calitativă, de tip exploratoriu:

- o **8 interviuri în profunzime**, conduse de un moderator, fiecare discuție având o durată de ~40 minute
- o persoane cu vârsta între 22-55 ani
- o **2 donatori și 6 non-donatori**

Etapa calitativă împreună cu o etapă de tip desk research, despre conținutul informațiilor disponibile pe platformele de social media, pe forumuri și pe paginile de evaluare ale centrelor de transfuzie, au stat la baza pregătirii instrumentului de cercetare pentru etapa cantitativă.

O a doua etapă, de Cercetare Cantitativă, pentru a valida și cuantifica informațiile primei etape:

- o Eșantion reprezentativ la nivel urban: **1.014 persoane** cu vârsta între **18-60 ani**
- o Marja de eroare: ±3,08%
- o Eșantionare pe cote, după gradul de urbanizare, regiunea geografică și intervale de vârstă: 18-29 ani, 30-44 ani, 45-60 ani
- o Chestionare online, autocompletate, cu durată de aproximativ 10 minute
- o Culegerea datelor: în intervalul 7-20 aprilie 2023.

Vârsta participanților la studiu a fost stabilită în conformitate cu vârsta eligibilă pentru donarea de sânge, fiind utilizat ghidul donatorilor pus la dispoziție prin platforma Donorium.

Studiul a fost realizat prin **implicarea benevolă a 4 companii de cercetare de piață, membre SORMA: Daedalus Online, Exact Business, ISRA Center și Mercury Research.**

Rezultatele integrale ale studiului vor fi disponibile pe site-ul SORMA, la secțiunea ȘTIRI, vizitând link-ul <http://sorma.ro/cercetari-prezentate/>.

Pentru orice întrebări legate de studiul sociologic nu ezitați să ne contactați:

SORMA: Comunicare@asociatiasorma.ro

Membri SORMA:

Alina.Dinca@isracenter.com

Alina.Serbanica@council.esomar.org

Daniel.Enescu@daedalusonline.ro

Ioan.Simu@mercury.ro

Julien.Zidaru@exactbusiness.com