

sormo



# DONAREA DE SÂNGE: PERCEPȚII ȘI BARIERE

## Studiu Sociologic

A cluster of colorful pencils, including blue, green, yellow, red, and purple, arranged in a fan-like pattern.

**11 Iulie 2023 | Conferință de Presă  
Sala Dalles | București**

# Considerații metodologice

## DESPRE STUDIU:

O etapă de Cercetare Calitativă, de tip exploratoriu

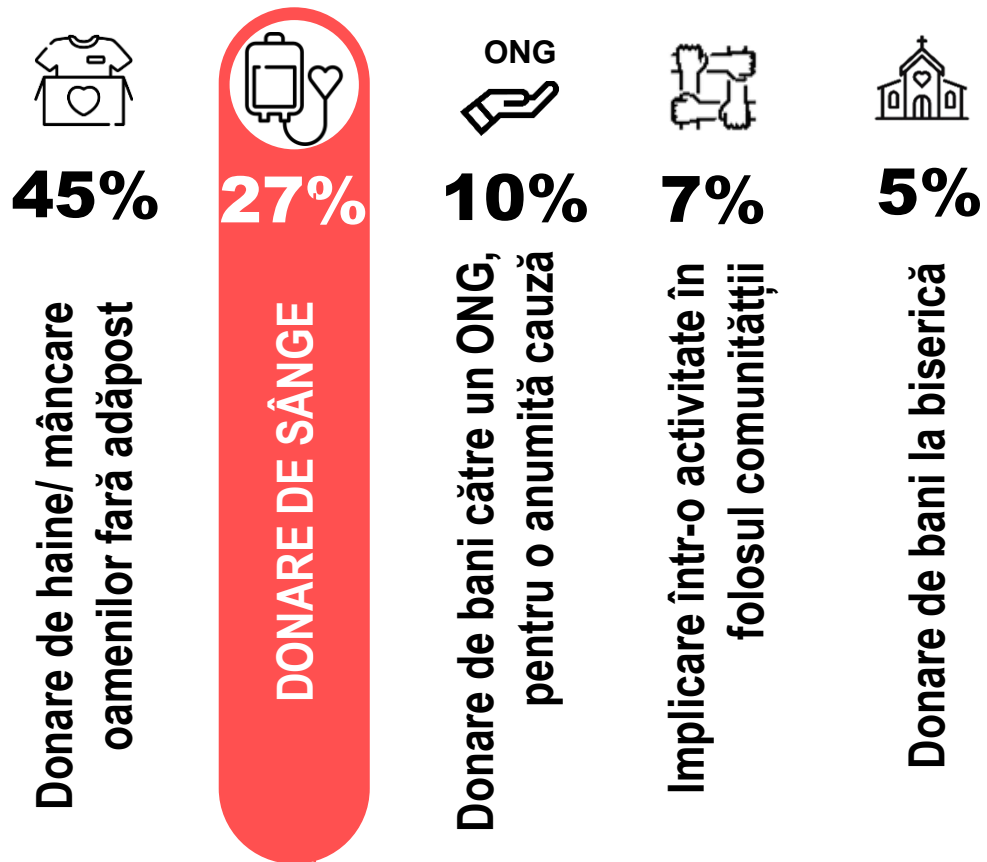
- **8 interviuri în profunzime**, conduse de un moderator, fiecare discuție având o durată de ~40 minute
- persoane cu vârsta între 22-55 ani
- **2 donatori și 6 non-donatori**

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:

- Eșantion reprezentativ la nivel urban: **1014 persoane** cu vârsta între **18-60 ani**
- Marja de eroare:  $\pm 3.08\%$
- Eșantionare pe cote, după gradul de urbanizare, regiunea geografică și intervale de vârstă: 18-29 ani, 30-44 ani, 45-60 ani
- Chestionare online, autocompletate, cu durată de ~10 minute
- Culegerea datelor: 7-20 aprilie 2023

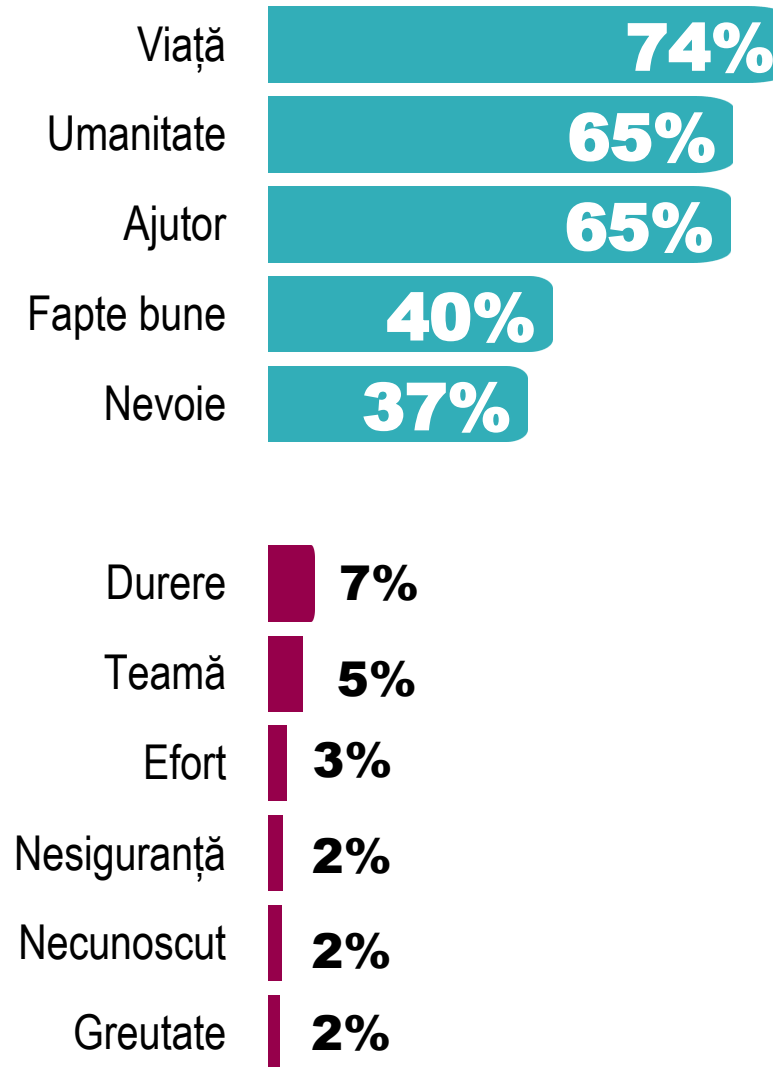
Vârsta participanților la studiu a fost stabilită în conformitate cu vârsta eligibilă pentru donarea de sânge, fiind utilizat **ghidul donatorilor** pus la dispoziție de **Donorium**.



69% au donat sânge cel puțin o dată

**DONAREA DE SÂNGE**  
se află printre alegerile  
românilor când vine  
vorba de acțiunile  
caritabile pentru care ar  
opta.

# Donarea de sânge are conotații pozitive, 7 din 10 români asociază donarea de sânge cu viața



**98%**  
menționează  
cel puțin un  
aspect pozitiv

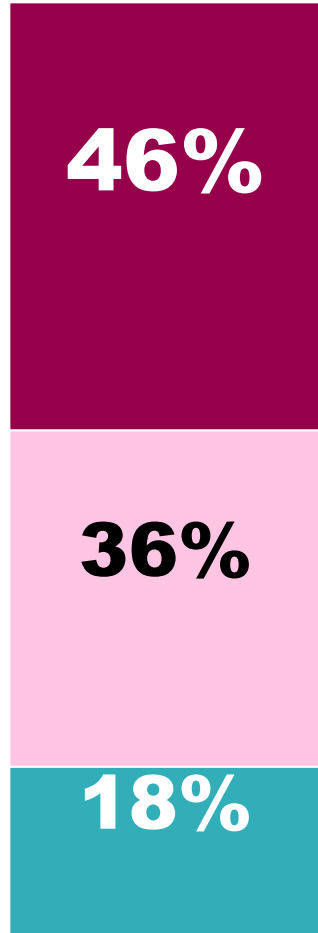
**15%**  
menționează  
cel puțin un  
aspect negativ

Q5. Când auziți „donare de sange”, dvs. la ce vă gândiți? Alegeți maxim 3 cuvinte.

Total eșantion, N=1014 Variantele de raspuns au fost asistate, răspuns multiplu

# 46% dintre români au foarte puține informații despre donarea de sânge

Cum percep românii informațiile existente, despre donarea de sânge?



La nivel asistat o parte dintre beneficiile pentru sănătatea donatorului sunt recunoscute

Ajută la regenerarea fluxului sanguin



82%

Diminuează riscul de boli cardiovasculare



59%

Ajută la întărirea sistemului imunitar



57%

Reglează nivelul mărit al trigliceridelor și colesterolului



52%

Crește rezistența organismului la eventuale șocuri hemoragice



50%

Se produce o reglare a nivelului fierului din sânge



48%

Diminuează riscul de apariție a cancerului



30%

La o donare de sânge se ard 650 de calorii



25%

Variantele de raspuns au fost asistate, răspuns multiplu



1-4 5-7 8-10

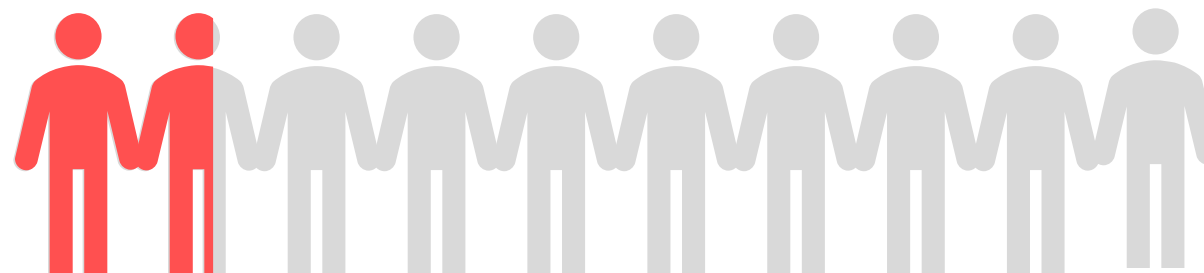
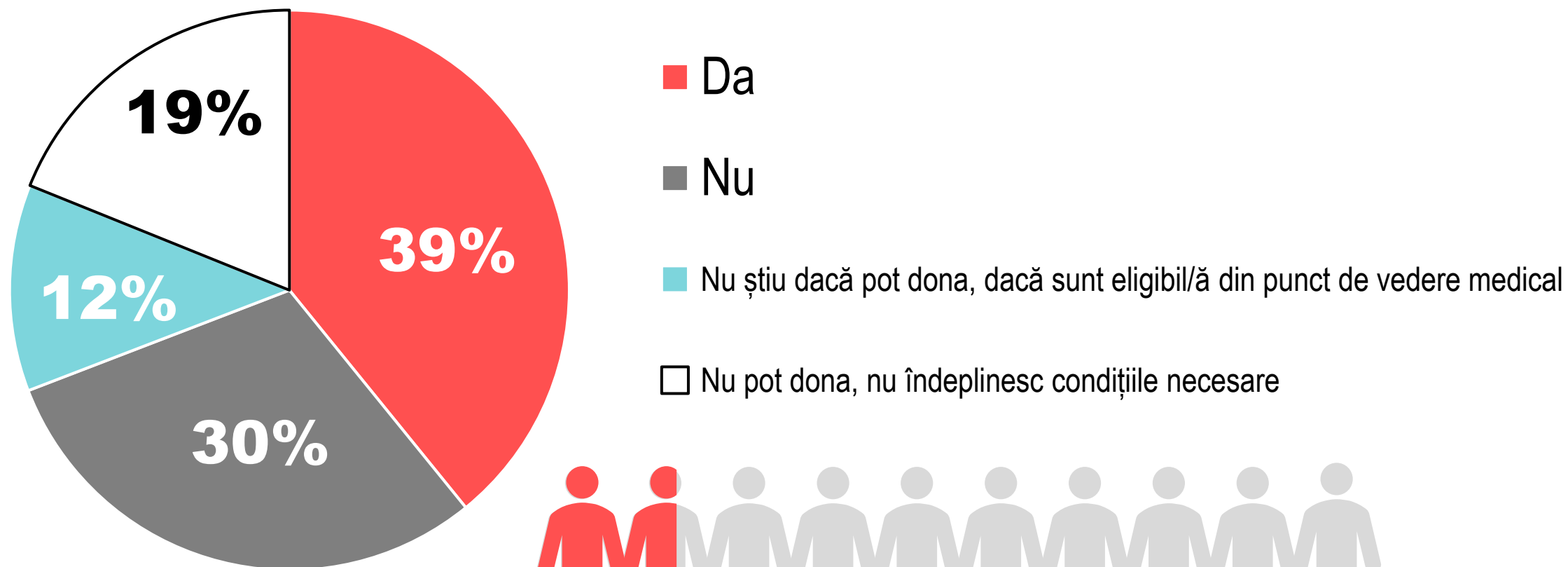
1 – foarte puține 2 3 4 5 6 7 8 9 10 - foarte multe



Q7. Care este părerea dvs. despre informațiile existente în România despre donarea de sânge

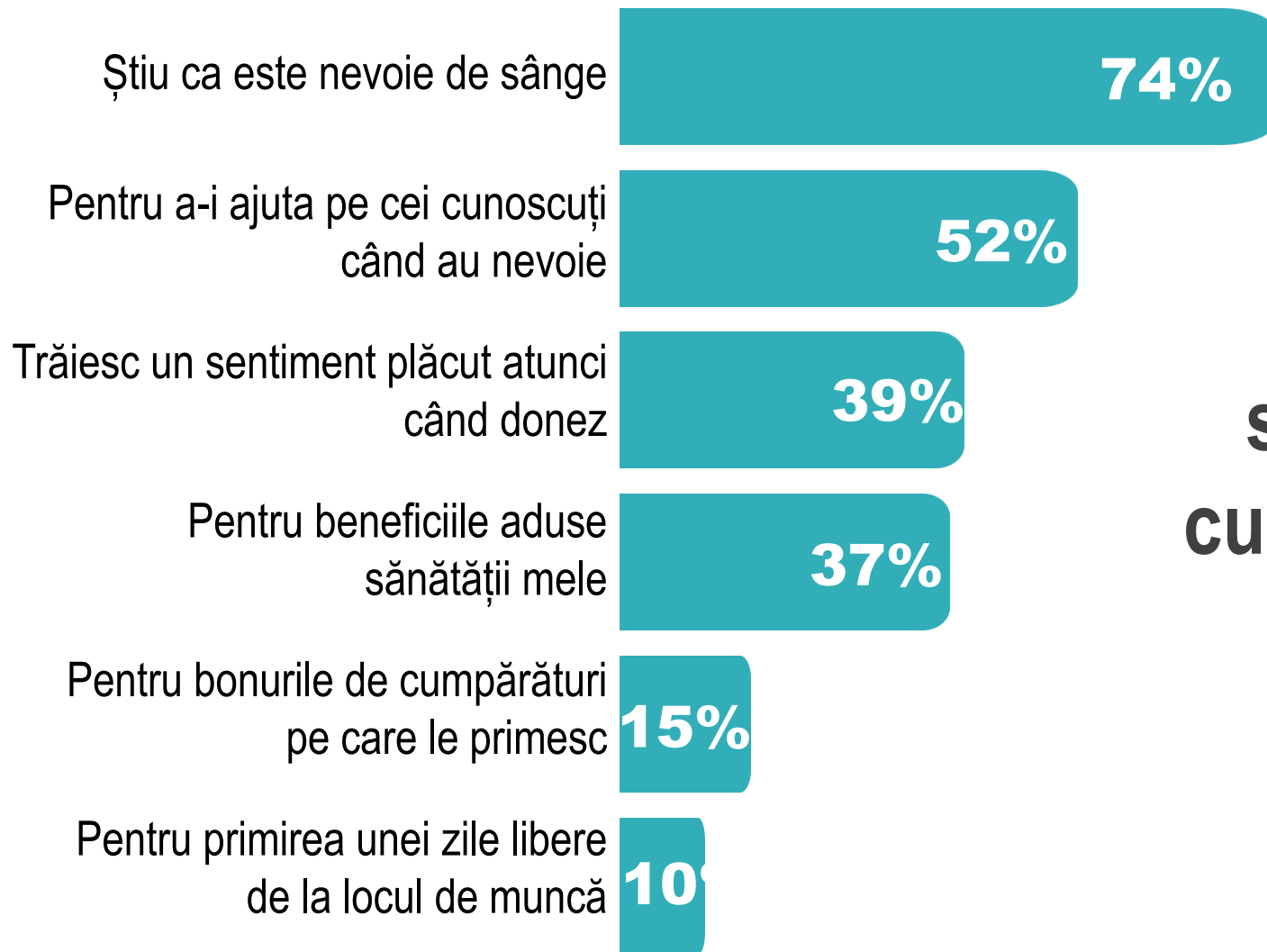
Total eșantion, N=1014

# 4 din 10 români din mediul urban au declarat că au donat sânge vreodată, doar 17% în ultimul an



**17%** au donat în ultimul an

# Mediatizarea prin conștientizare reprezintă un îndemn important



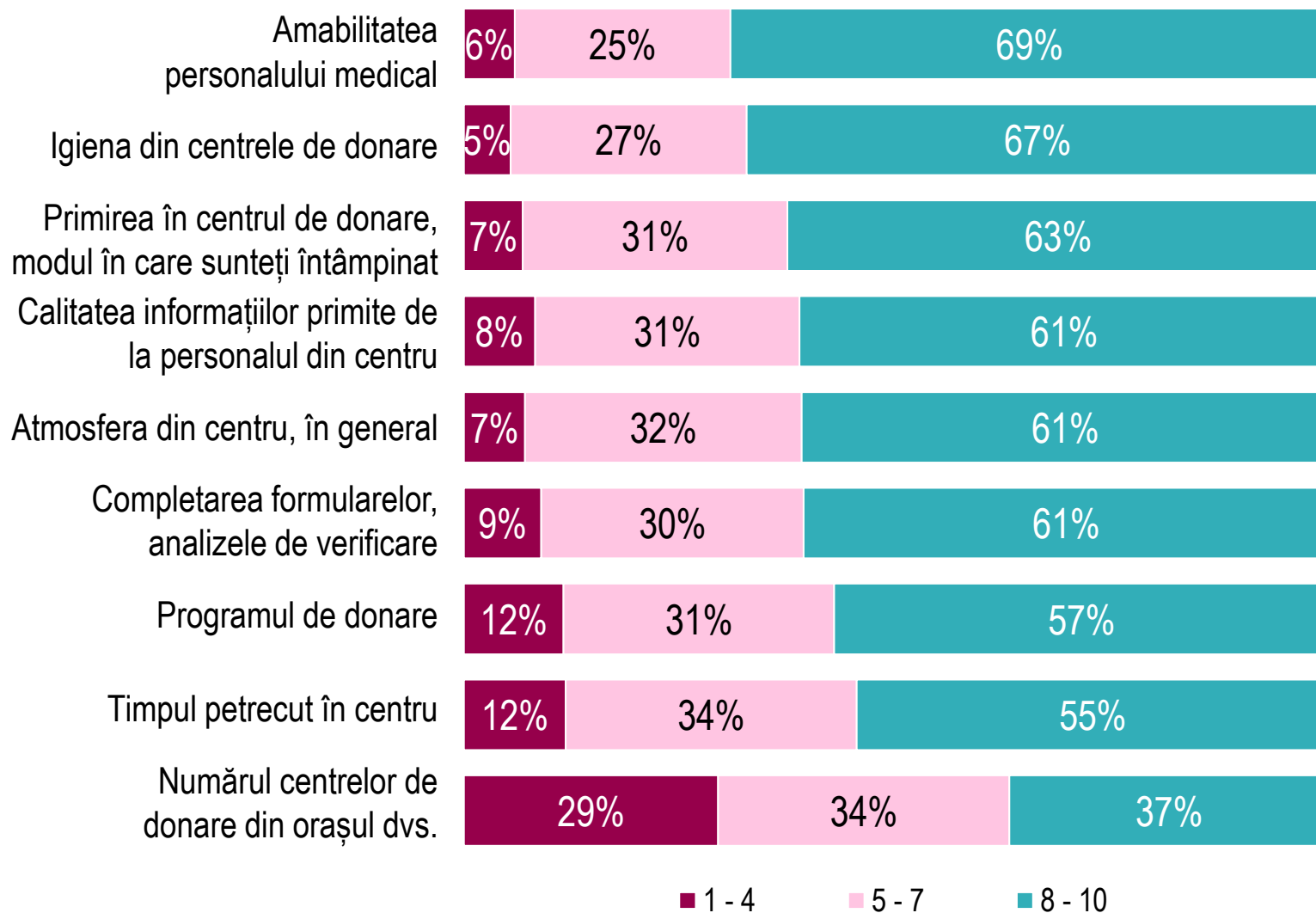
**Conștientizarea nevoii de sânge și ajutorul oferit unor cunoscuți au fost principalele motivații pentru donatori.**

Q10. Ce vă determină pe dvs. să donați sânge? Bifați tot ce se potrivește.

Respondenți care au donat cel puțin o dată, N=399 Variantele de răspuns au fost asistate, răspuns multiplu



1 - deloc mulțumit/ă 2 3 4 5 6 7 8 9 10 - foarte mulțumit/ă



**Există câteva nemulțumiri legate de procesul de donare, în special referitoare la numărul centrelor.**

Q11. Ne interesează să știm cum este din punctul dvs. de vedere procesul de donare. Vă rugăm să evaluați următoarele aspecte utilizând o scală de la 1 la 10, unde 1 înseamnă deloc mulțumit/ă și 10 înseamnă foarte mulțumit/ă.

Respondenți care au donat cel puțin o dată, N=399 Variantele de răspuns au fost asistate



# Pentru 56% dintre români, temerile stopează actul donării de sânge

56%

## TEMERI

- Frica de injecții/ ace
- Teama de spitale, de posibilitatea de a lua o boală/ infecții din centrele de donare (hepatită, etc.)
- Teama ca mă voi simți slăbit/ă după donare
- Frica de a vedea sânge
- Teama de efecte negative asupra sănătății mele

32%

## LIPSA INFORMAȚIILOR

28%

## BARIERE LEGATE DE CENTRE

- Posibila igienă precară din centrele de donare
- Timpul mare petrecut la centru
- Comportamentul personalului medical

18%

## „DESTINAȚIA” SÂNGELUI

- Nu am motivație dacă donarea nu este pentru cineva apropiat
- Nu știu dacă sângele meu ajunge acolo unde este nevoie
- Nu știu dacă sângele meu ajunge la persoana pentru care am decis să vin să donez

18%

## LIPSA TIMPULUI

11%

## TEAMA DE A MERGE SINGUR/Ă

Suportul psihologic din partea personalului de la centrele de donare și detalierea pașilor, prezentarea instrumentarului, sunt de mare ajutor: *“poate am emoții, întrebări, vreau să îmi dea încredere că este totul sigur, să înțeleg ce se întâmplă”*



Citat din etapa calitativă, vocea unui potențial donator

Q12. Care sunt motivele pentru care dvs. personal nu ați donat sânge până acum?

Respondenți care nu au donat și nu au declarat că sunt neeligibili, N=423 Variantele de răspuns au fost asistate, răspuns multiplu

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

## Ce i-ar putea motiva pe non-donatori?

Un membru al familiei/ o rudă care ar avea nevoie

54%

Mai multe informații disponibile despre procesul de donare

36%

Un prieten/ cunoștință care ar avea nevoie

46%

Experiența plăcută a celor din jur care au donat

24%

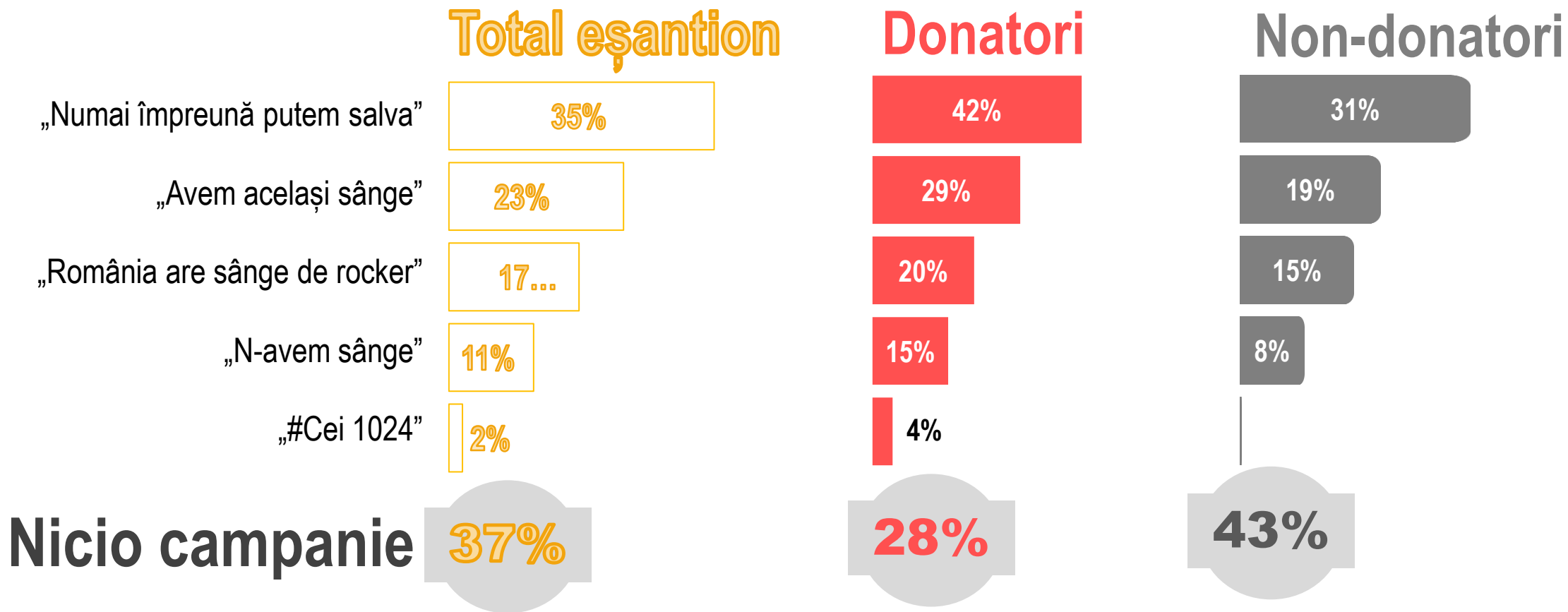
O campanie bună de promovare, mai multe informații despre beneficiile donării

37%

Certitudinea că procesul de donare nu va dura mult

23%

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



% sunt analizate în cadrul fiecărui grup, se urmăresc pe coloana

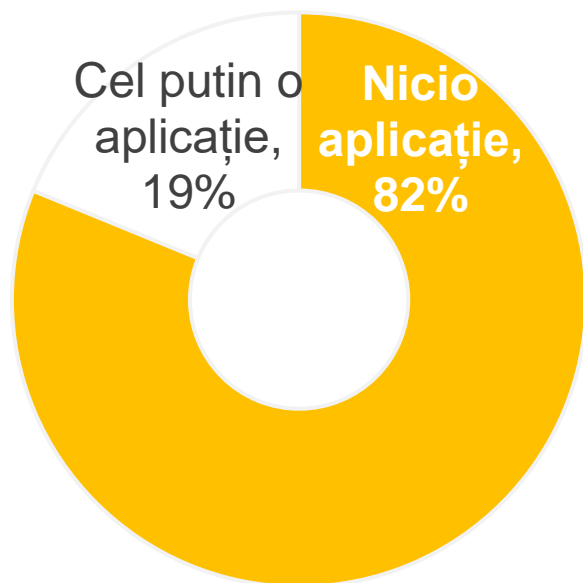
Q14. De care din următoarele campanii pentru donarea de sânge din cele de mai jos ați auzit?

Total eșantion, N=1014; Respondenți care au donat cel puțin o dată, N=399; Non-donatori: N=615

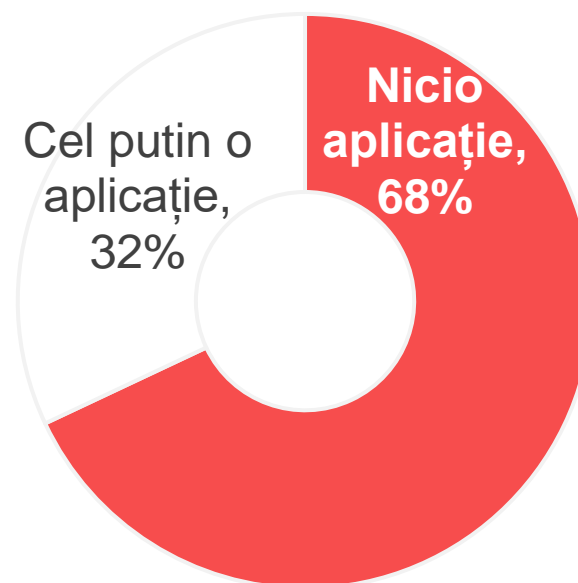
Variantele de răspuns au fost asistate, răspuns multiplu

# Cei mai mulți români nu au auzit de aplicațiile care pot facilita programarea pentru a dona sânge

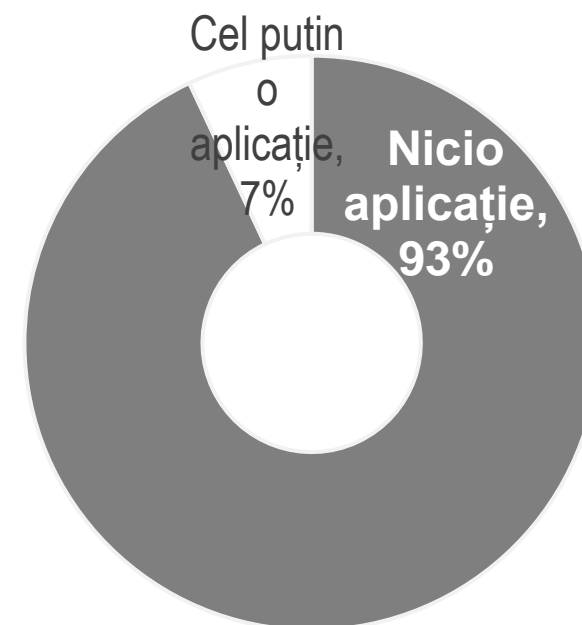
## Total eșantion



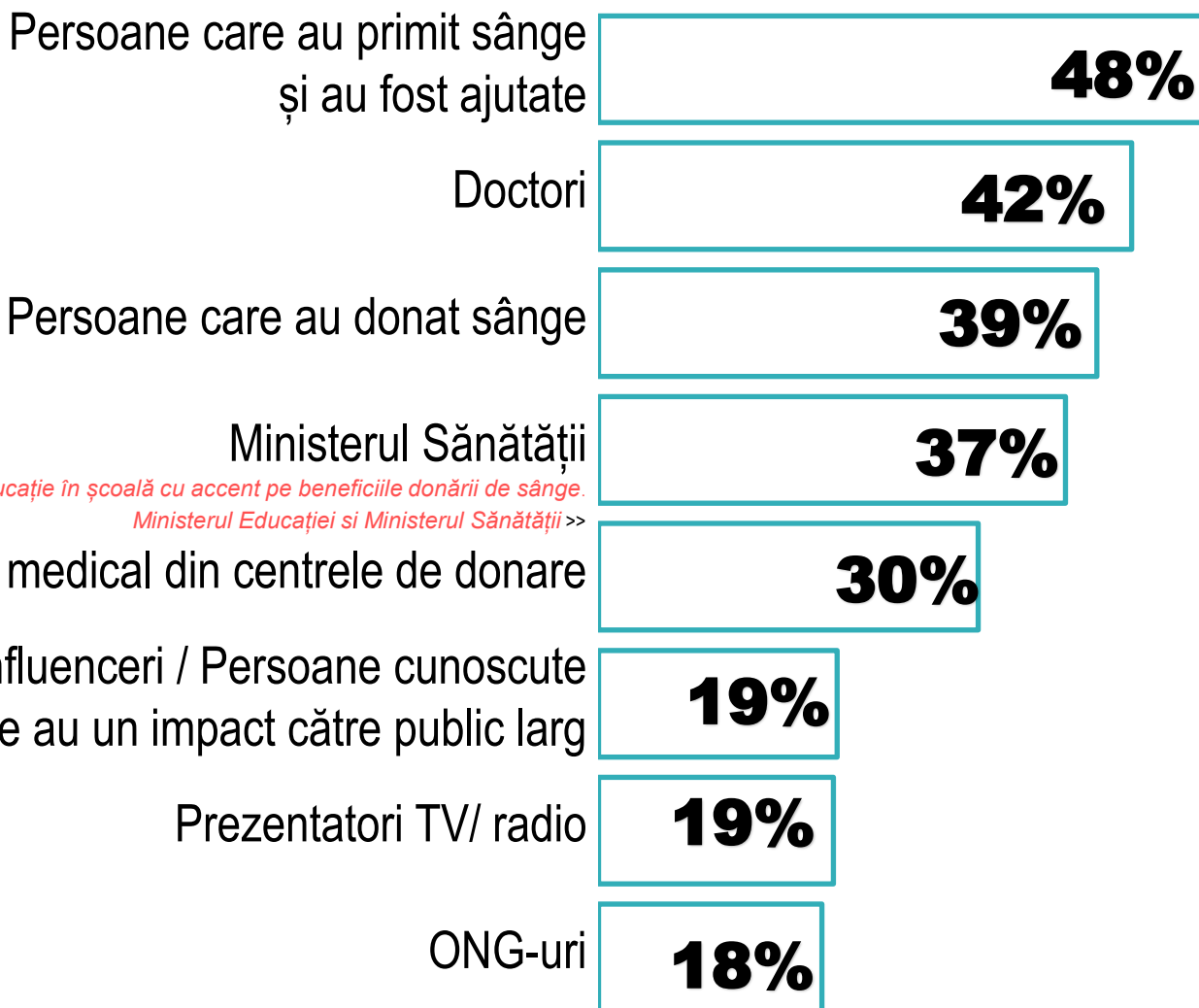
## Donatori



## Non-donatori



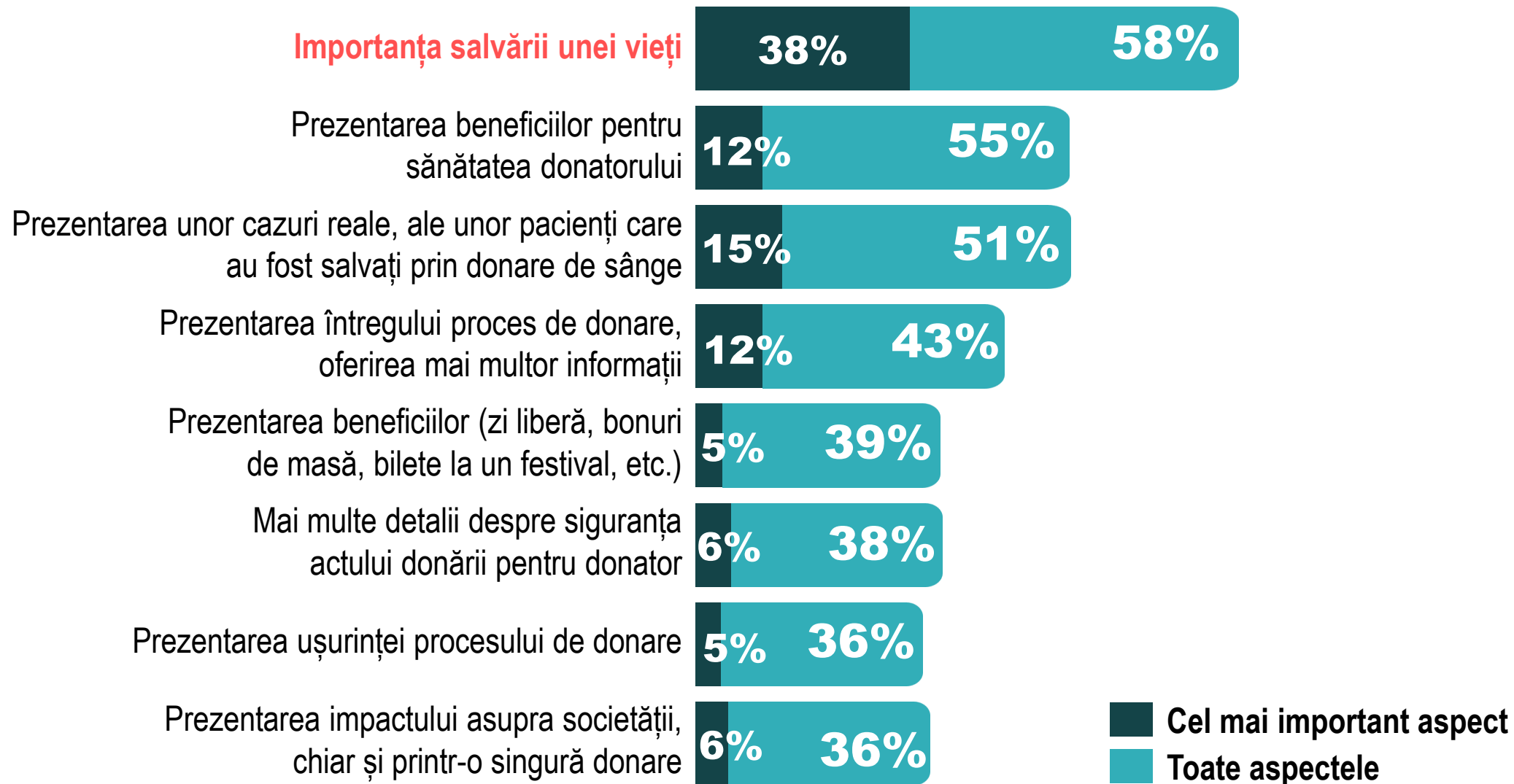
# 37% dintre românii din mediul urban sunt de parere că Ministerul Sănătății trebuie să susțină campaniile de donare de sânge



*Citat din etapa calitativa << Educație în școală cu accent pe beneficiile donării de sânge. Ministerul Educației și Ministerul Sănătății >>*

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.**

# VIAȚA este cel mai relevant cuvânt pentru promovarea unei campanii de donare de sânge



Q17. Care dintre următoarele aspecte considerați că sunt relevante pentru o campanie de donare de sânge astfel încât să convingă cât mai multe persoane să doneze? Q18. Pentru dvs. personal care este cel mai important aspect?



## Pentru orice întrebări nu ezitați să ne contactați!

SORMA: [Comunicare@asociatiasorma.ro](mailto:Comunicare@asociatiasorma.ro)

Membri SORMA:

[Alina.Dinca@isracenter.com](mailto:Alina.Dinca@isracenter.com)

[Alina.Serbanica@council.esomar.org](mailto:Alina.Serbanica@council.esomar.org)

[Daniel.Enescu@daedalusonline.ro](mailto:Daniel.Enescu@daedalusonline.ro)

[Ioan.Simu@mercury.ro](mailto:Ioan.Simu@mercury.ro)

[Julien.Zidaru@exactbusiness.com](mailto:Julien.Zidaru@exactbusiness.com)

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

\* **SORMA** – Societatea Română de Marketing și Cercetare a Opiniei Publice

Partener al studiului: Asociația Smart Society, fondatoare **Donorium**

