

The background of the entire image is a dark blue gradient. It is populated with several 3D models of the COVID-19 virus. These models are spherical and covered in small, protruding spikes, giving them a crown-like appearance. The colors of these models range from a bright cyan to a deep blue. Some models are large and positioned in the corners, while others are smaller and scattered in the center. The overall aesthetic is clean and scientific.

COVID-19 în Moldova

SONDAJ TRACKER

Acest material este realizat de Centrul de Studii Sociale și Marketing „CBS-Research” cu suportul Fundației Est-Europene, din resursele acordate de Suedia. Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al Fundației Est-Europene sau al Suediei.



COVID-19 MD-Tracker: ce este?

Acest studiu este realizat în contextul pandemiei de COVID-19 care a afectat Republica Moldova, precum și majoritatea statelor lumii.

Prezentul studiu este realizat de către Centrul de Studii Sociale și Marketing „CBS-Research” cu suportul conceptual și de expertiză acordat de către Centrul de Politici și Analize în Sănătate.

Studiul a fost posibil datorita suportului financiar acordat de Fundația Est-Europeană, din resursele acordate de Suedia.

În contextul în care autoritățile și toți cei implicați în combaterea pandemiei necesită evidențe și date la zi întru coordonarea măsurilor și eforturilor, prezentul studiu vine cu măsurări a comportamentului populației urmare recomandărilor de distanțare socială pentru evitarea infectării cu COVID-19.

Studiul va fi unul longitudinal, realizat pe mini-eșantioane zilnice pentru a asigura și evidența în dinamică.



COVID-19 MD-Tracker: pentru ce este?

Studiul se adresează în primul rând autorităților RM implicate în planificarea și coordonarea eforturilor de combatere a pandemiei COVID-19.

La fel datele studiului sunt adresate experților în diferite domenii care depun eforturi de prognozare a evoluției pandemiei, mass-media, și, în mod evident, în scop informativ întregii populații RM.

COVID-19 MD-Tracker: Metodologie

Metoda: sondaj telefonic (Computer Assisted Telephonic Interview)

Grup țintă: populația RM în vârstă de 18+ ani.

Eșantion: stratificat regional.

Valul 1: 202

Valul 8: 300

Valul 2: 199

Valul 9: 201

Valul 3: 201

Valul 4: 302

Valul 5: 201

Valul 6: 200

Valul 7: 300

Total: 2106

Perioada de colectare a datelor:

Valul 1: 4-5 aprilie, 2020

Valul 8: 24-26 aprilie, 2020

Valul 2: 6-7 aprilie, 2020

Valul 9: 27-28 aprilie, 2020

Valul 3: 8-9 aprilie, 2020

Valul 4: 10-12 aprilie, 2020

Valul 5: 13-14 aprilie, 2020

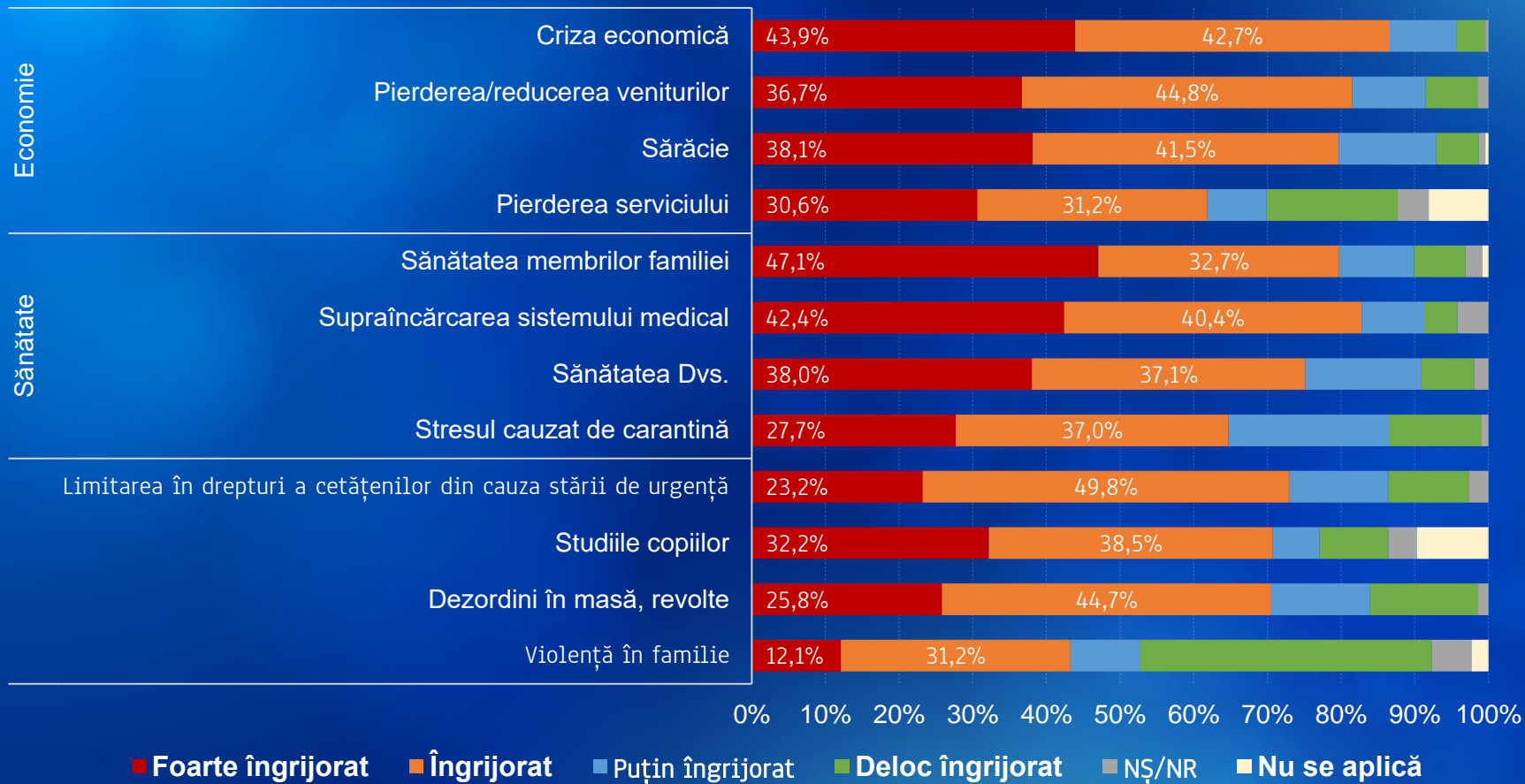
Valul 6: 15-16 aprilie, 2020

Valul 7: 21-23 aprilie, 2020

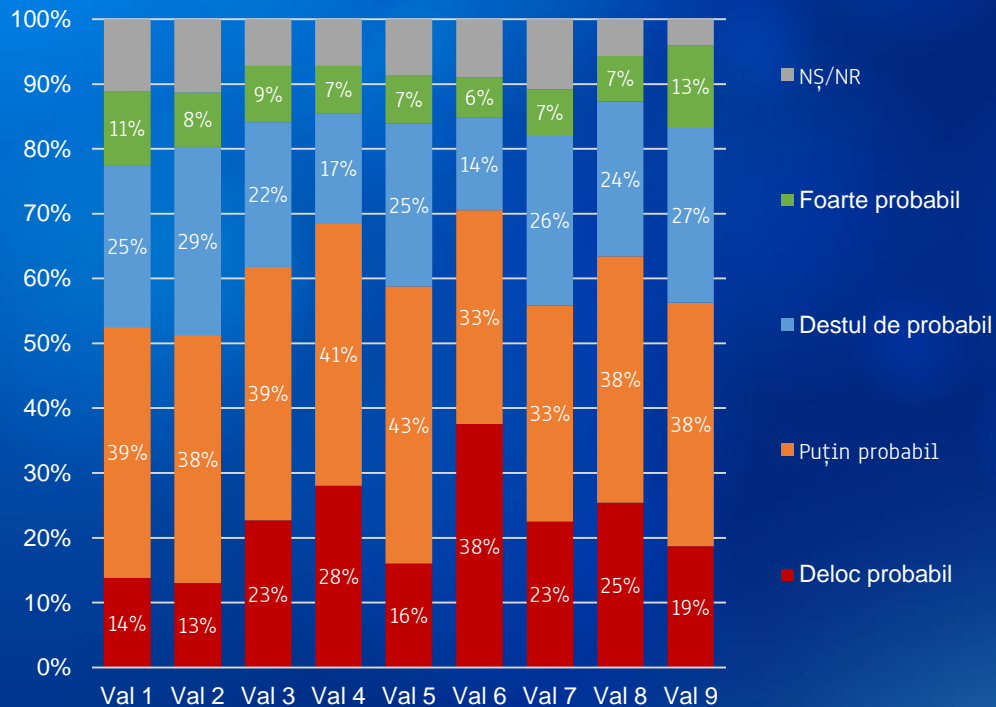
Modul de selecție a respondenților: selecție simplă aleatorie a numerelor de telefon (60% mobile, 40% fixe).

Reprezentativitate: rezultatele sondajului sunt reprezentative pentru populația țintă, cu o marjă de eroare de $\pm 6,9\%$ per val și $\pm 2,1\%$ per total.

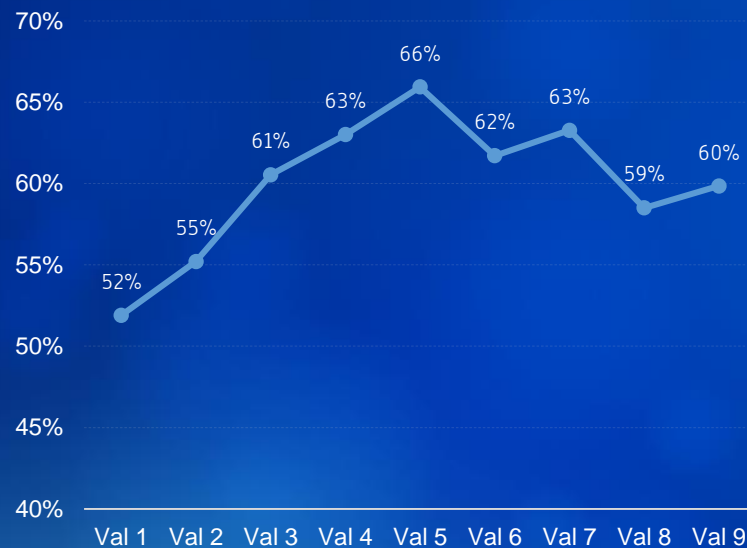
În ce măsură Dvs. personal Vă îngrijați de...?



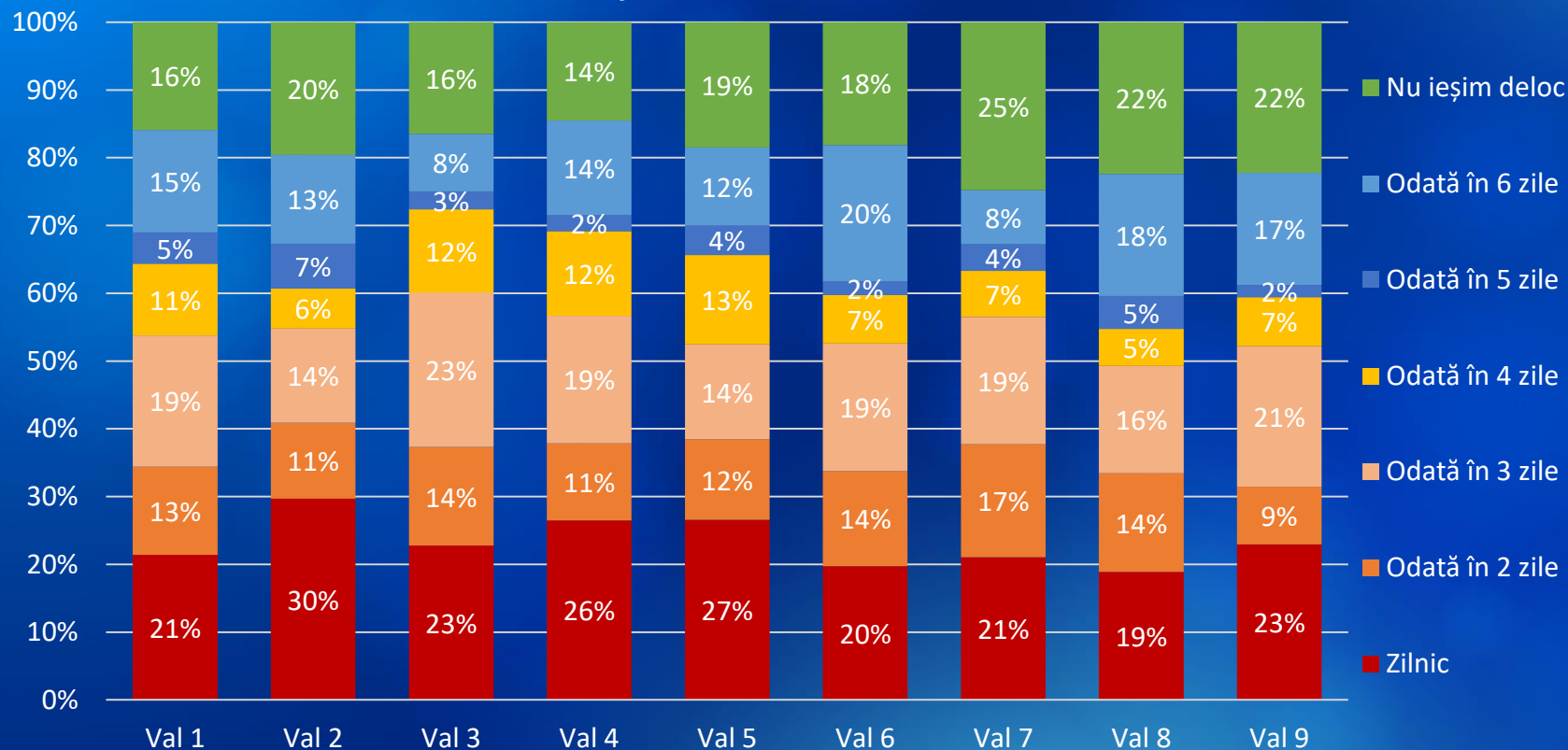
În ce măsură credeți că Dvs. personal sau membrii familiei Dvs. vă puteți infecta cu acest virus?



Deloc + puțin probabil *Media glisantă*

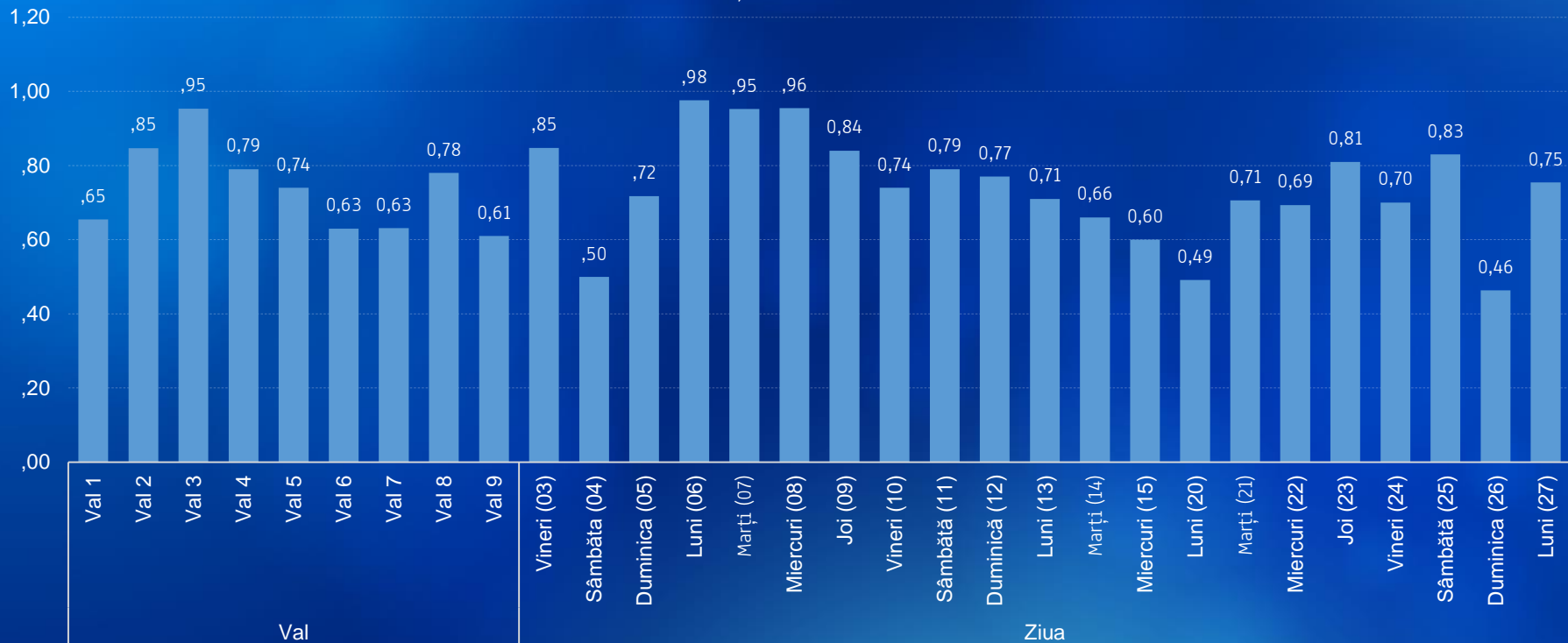


Cât de des ați fost nevoiți să ieșiți afară din casă/gospodărie pentru 10 minute sau mai mult indiferent cu ce scop (plimbare, farmacie, magazin, poștă, vizită etc.) în ultimele 7 zile?



De câte ori, pe parcursul zilei de ieri, Dvs. ați fost nevoit să ieșiți din casă/ogradă, indiferent de motiv?

Ieșiri în mediu



De câte ori, pe parcursul zilei de ieri, Dvs. ați fost nevoit să ieșiți din casă/ogradă, indiferent de motiv?

Ieșiri în mediu (media glisantă)

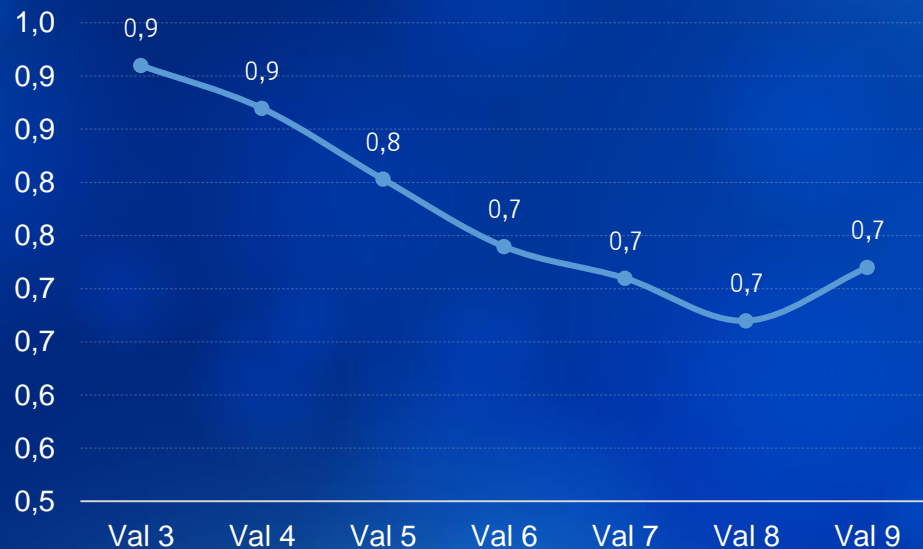


Cu câte persoane (în afara celor din familia/gospodăria Dvs.) v-ați aflat la o distanță mai mică de 2 metri pe parcursul zilei de ieri?

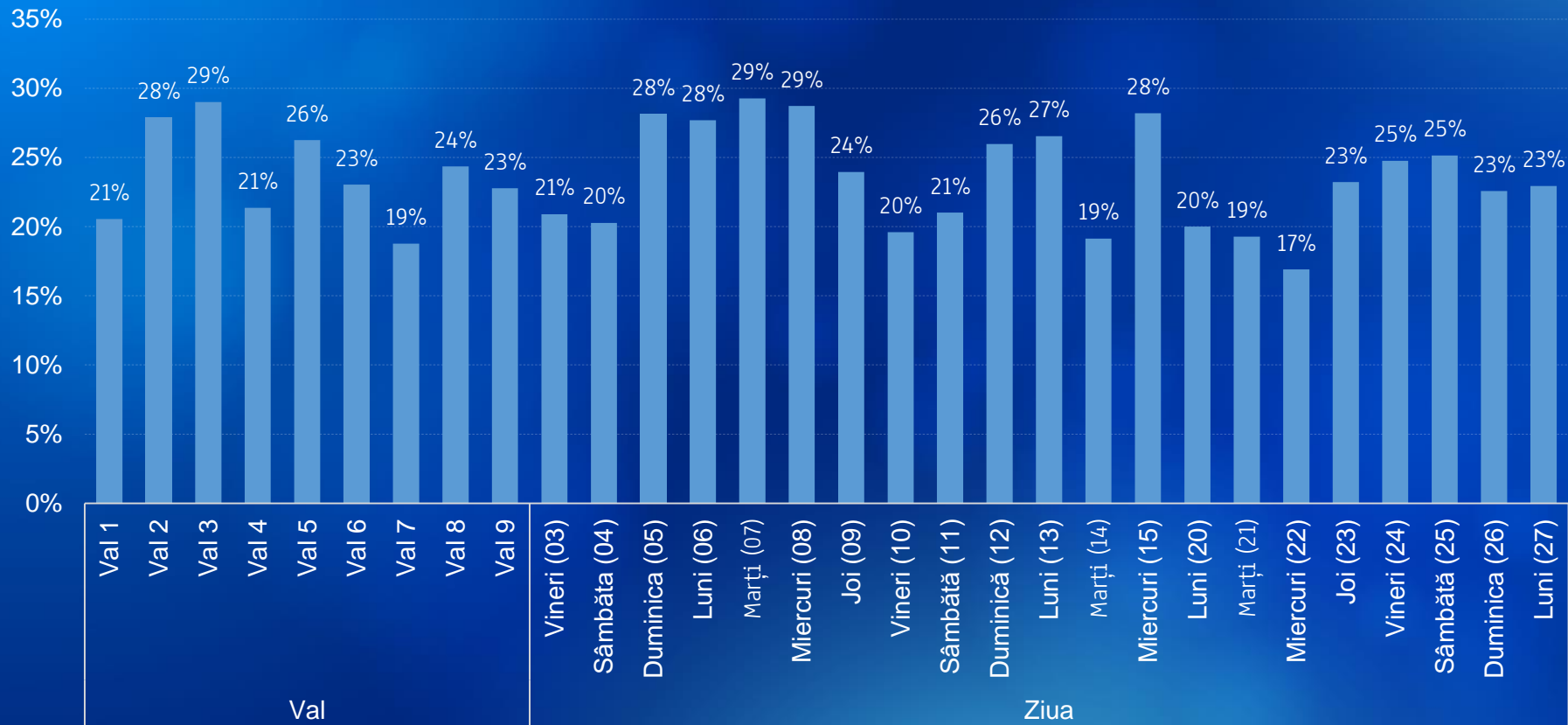
Număr de persoane

Niciuna	79%
Una	6%
Două +	15%

Valoarea medie (glisantă)



Câți din membrii familiei pe parcursul zilei de ieri, au fost nevoiți să iasă din casă/ogradă?





VĂ MULȚUMIM!

Îndemnăm persoanele interesate să propună întrebări noi pentru valurile ulterioare a cercetării.

Acest material este realizat de Centrul de Studii Sociale și Marketing „CBS-Research” cu suportul conceptual și de expertiză acordat de către Centrul PAS. Studiul este finanțat de Fundația Est-Europeană din resursele acordate de Suedia. Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al Fundației Est-Europene sau al Suediei.

