

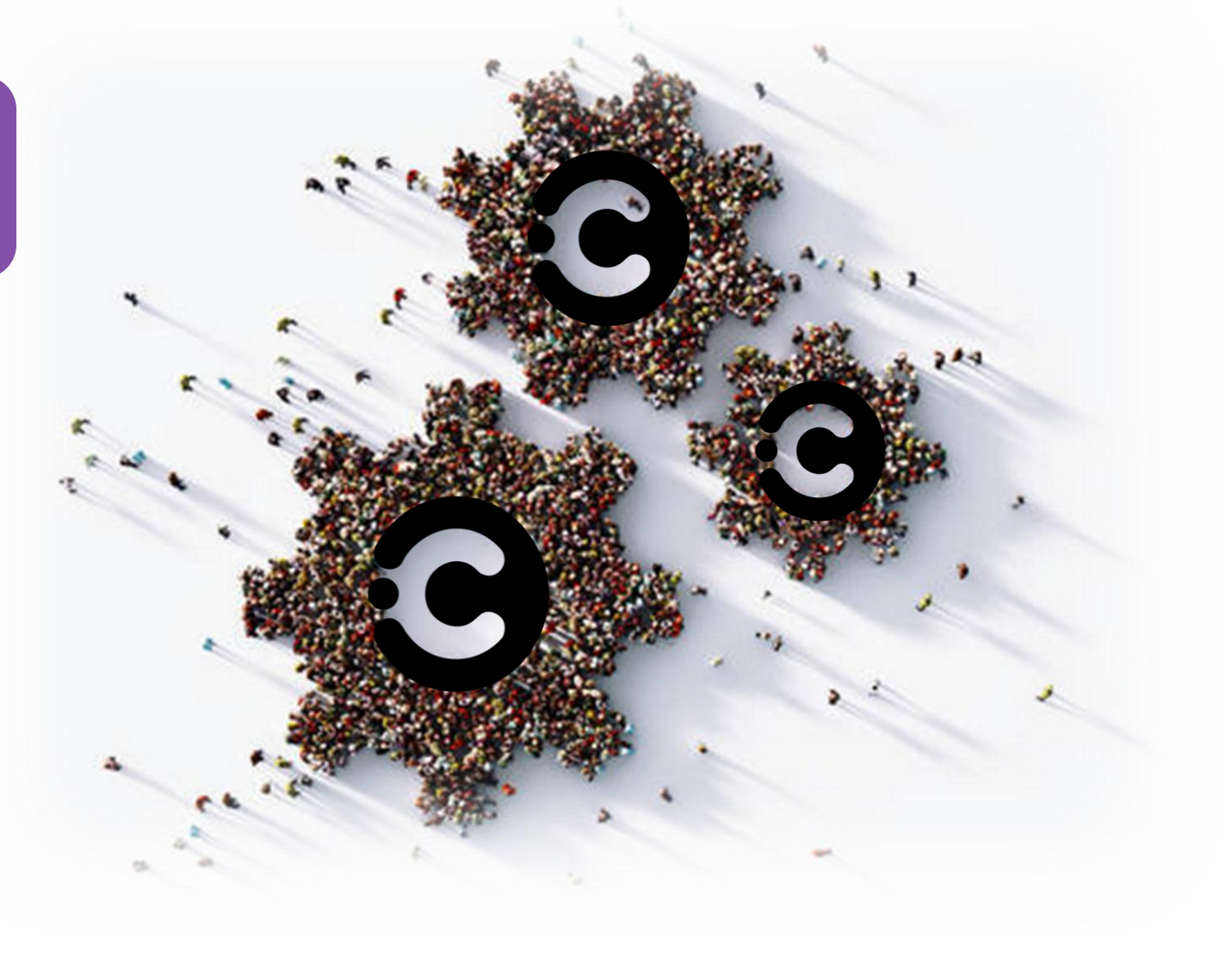
Necesitatea cursurilor de parenting în funcție de etapele de dezvoltare ale copilului

Octombrie 2024

Cuprins

- 1 Context, obiective și abordare metodologică (slide 3-5)
- 2 Concluzii (slide 6)
- 3 Rezultate generale - context (slide 7-10)
- 4 Date socio-demografice (slide 11-13)
- 5 Despre Cult Research (slide 14-15)

Obiective și abordare metodologică



| Obiectivele cercetării

- **Obiectivul principal** al prezentei cercetări constă în identificarea utilității și necesității cursurilor de parenting în funcție de etapele de dezvoltare ale copilului.

Obiective specifice:

- Identificarea rolului de părinte: instinct sau învățare?

| Abordare metodologică

Cercetare cantitativă sub formă de sondaj de opinie:

- **Număr de chestionare:** 753, părinți, cu vârste cuprinse între 25-55+ ani
- **Modalitatea de realizare:** CAWI (online)
- **Marjă de eroare:** 3.5%
- **Nivel de încredere:** 95%
- **Reprezentativitate:** eșantion reprezentativ la nivel național
- **Durata chestionarului:** aproximativ 10 minute
- **Perioadă colectare date:** 25 – 30 septembrie 2024
- **Structura eșantionului:** similară cu structura populației țintă (în funcție de criterii socio-demografice precum grupele de vârstă sau regiunile de dezvoltare)

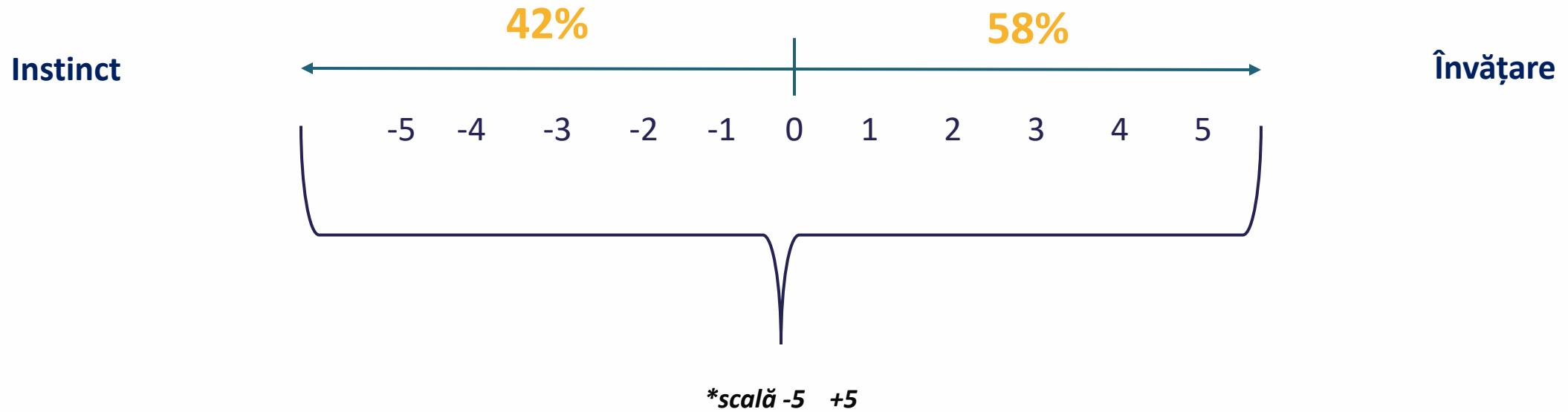
| Concluzii

- ❑ Mai mult de jumătate dintre părinți (58%) consideră că **rolul de părinte se învață**, iar 42% cred că a fi părinte **este instinctiv**.
- ❑ Cursurile de parenting sunt utile în mare măsură sau în foarte mare măsură, în proporție de 46%, în timp ce o treime dintre părinți (33%) nu le consideră utile nici în mică măsură, nici în mare măsură.
- ❑ Părinții consideră că au sau au avut nevoie în mare sau în foarte mare măsură de cursuri de parenting atunci când copilul avea între 0-1 ani (36%), dar și între 12-18 ani (34%) și 6-12 ani (32%). Alți părinți consideră că au sau au avut nevoie în mare sau în foarte mare măsură de cursuri de parenting atunci când copilul avea între 1-3 ani (31%) și 3-6 ani (31%). O treime dintre părinții cu copii între 0-1 ani (33%) și 3-6 ani (33%) și 37% dintre părinții cu copii cu vârste cuprinse între 12-18 ani nu au avut nevoie deloc de cursuri de parenting în ceea ce privește dezvoltarea copiilor lor.

Rezultate generale

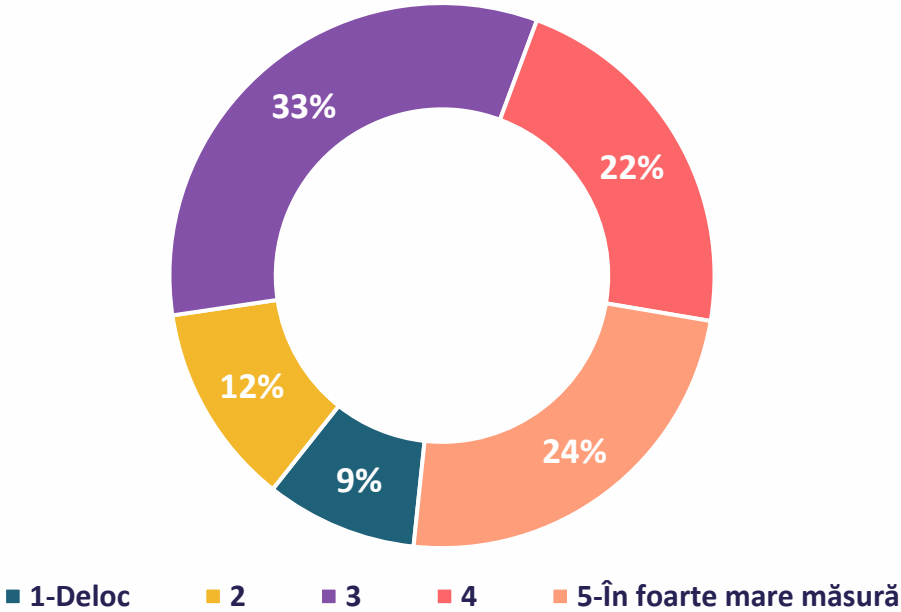


Rolul de părinte este instinct sau se învață?



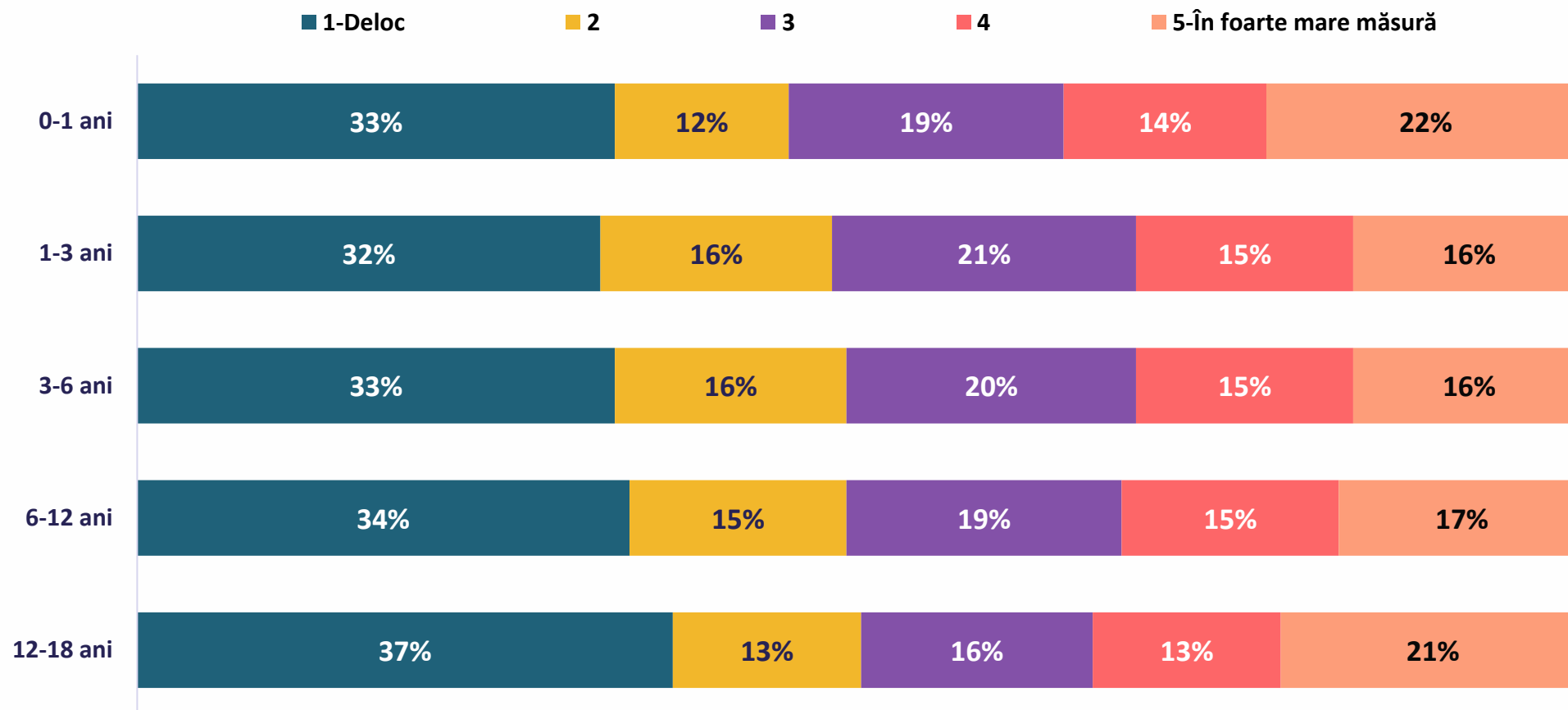
Considerați că a fi părinte este un instinct, sau se și învață din cursuri de parenting?

Utilitatea cursurilor de parenting



În ce măsură considerați că sunt utile cursurile de parenting?

Necesitatea cursurilor de parenting în funcție de etapele de dezvoltare ale copiilor



În ce măsură aveți sau ați avut nevoie de cursuri de parenting în următoarele etape de dezvoltare ale copilului dumneavoastră?

Poate fi șters

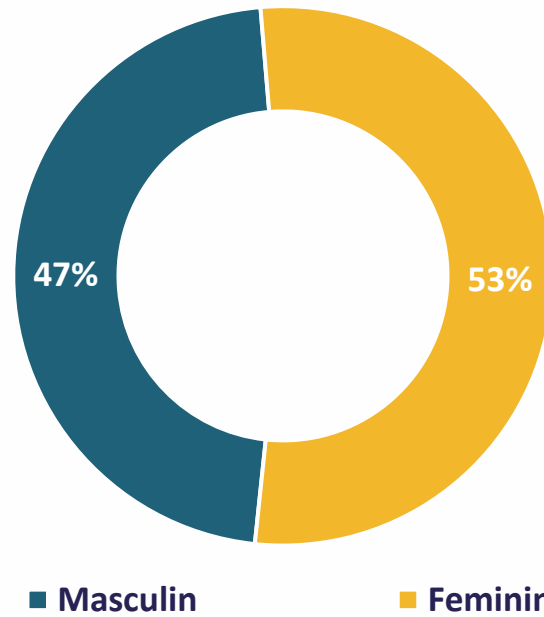
Singura obs. e că indiferent de venituri, cursurile de parenting sunt utile

		În ce măsură considerați că sunt utile cursurile de parenting?				
		1 - Deloc	2	3	4	5 - În foarte mare măsură
Care este genul tău:	Feminin	6%	12%	36%	22%	24%
	Masculin	12%	12%	31%	22%	23%
Venitul familiei tale net lunar ("bani în mână"):	Nu răspund	6%	18%	36%	27%	12%
	Mai puțin de 2500 RON	6%	19%	19%	19%	35%
	2501 – 4000 RON	8%	5%	37%	23%	27%
	4001 – 5000 RON	12%	16%	29%	15%	28%
	5001 – 6500 RON	7%	14%	36%	14%	29%
	6501 – 8000 RON	7%	10%	33%	29%	20%
	8001 – 10000 RON	9%	12%	33%	26%	19%
	Peste 10000 RON	9%	9%	37%	22%	22%
100% pe rând						

Date socio-demografice

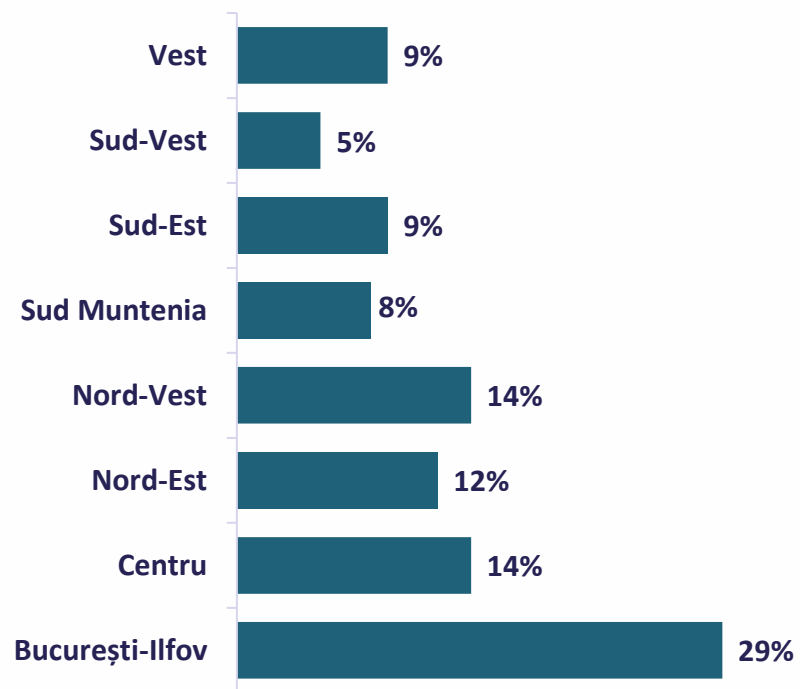


Gen



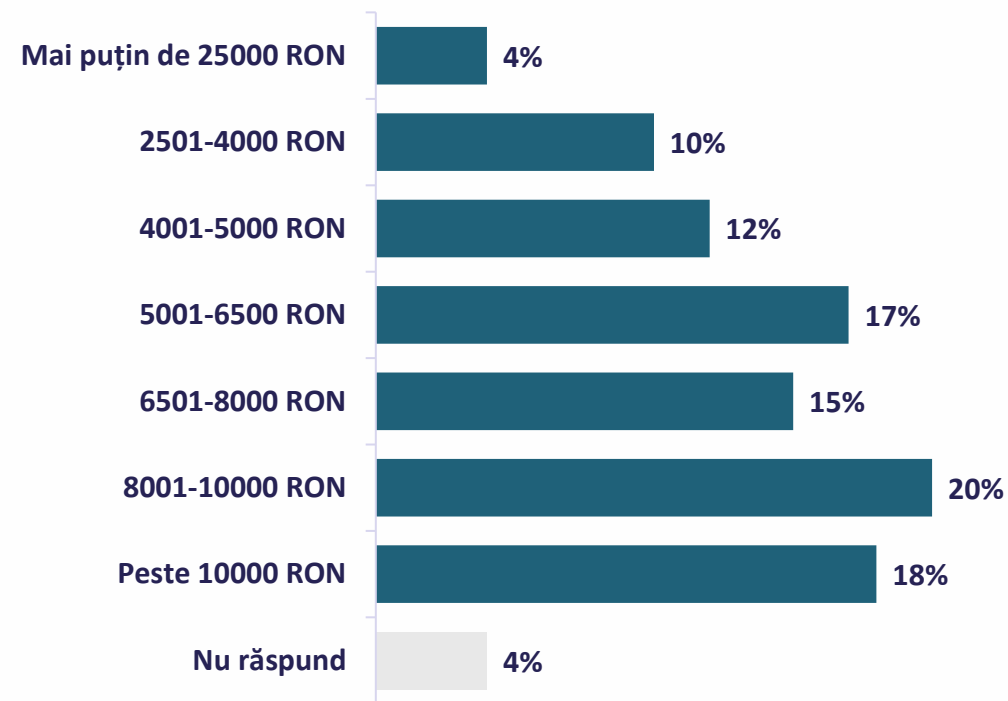
Care este genul tău:

Regiuni de dezvoltare



Regiuni

Venitul lunar al familiei



Venitul familiei tale net lunar ("bani în mână"):

| Despre Cult Research



Cult Research este o companie românească de cercetare de piață înființată în 2008. Agenția își propune să ofere **soluții de consultanță prin cercetare agilă** ajutând companiile, instituțiile și organizațiile neguvernamentale (inclusiv internaționale) să-și **crească performanța** adaptându-se mereu în funcție de nevoile consumatorului. Serviciile oferite se adresează unor domenii cât mai variate: agribusiness, banking, auto, comunicare, administrație publică, FMCG, retail etc.

Pentru conectarea cu consumatorii din diverse medii folosim **cele mai noi tehnologii de cercetare**: comunități online (MROC), paneluri online de consumatori (CultIO), call center remote, video online focus grupuri, agile & instant surveys.

Cult Research își dorește să contribuie la buna funcționare a societății prin oferirea de analize și informații cu privire la diferite teme de interes național sau internațional. Ne folosim expertiza pentru a oferi informații ce pot contribui la realizarea schimbărilor pe care le doresc consumatorii. Astfel, participăm la conturarea unei societăți în care calitatea vieții este îmbunătățită constant.

Contact Cult Research

Let's Talk:

office@cultresearch.ro

Find Out More:

www.cultresearch.ro



Ctrl + Click to follow links

