PROIECT ADER 24. 11
ETAPA 5

CERCETĂRI PRIVIND ELABORAREA UNOR STUDII ȘI ANALIZE, PENTRU FUNDAMENTAREA DECIZIILOR ȘI POLITICILOR PUBLICE, PENTRU COMERCIALIZAREA PRODUSELOR AGROALIMENTARE ÎN VEDEREA ASIGURĂRII SECURITĂȚII ȘI SIGURANȚEI ALIMENTARE A POPULAȚIEI

Contract nr. 2411/04.10.2019

2019-2022

OBIECTIV

ETAPA 5

Studiu de marketing privind preferințele consumatorilor de carne și produse din carne și miere de albine

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

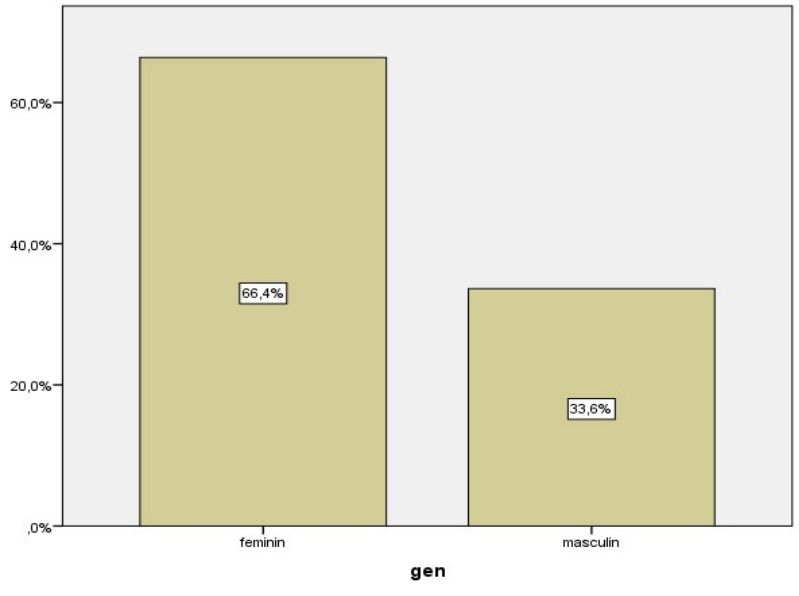
Scopul studiului:

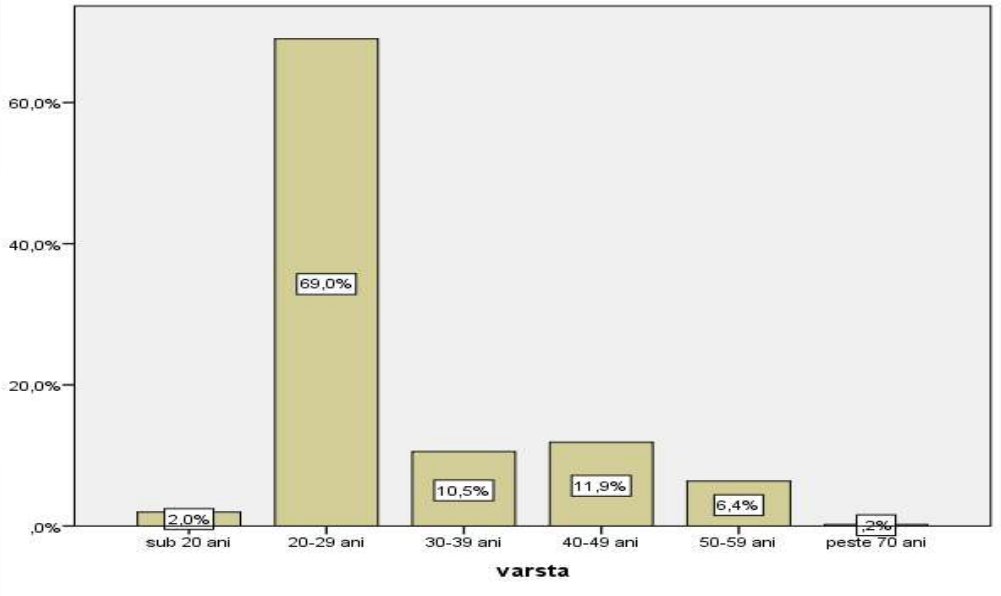
Determinarea profilului consumatorului de carne și produse din carne având în vedere importanța economică deosebită a acestei categorii de produse în alimentație.

Determinarea profilului consumatorilor de carne și produse din carne s-a realizat utilizându-se ca metodă de cercetare ancheta cantitativă, având ca instrument de lucru un chestionar auto-administrat. Eșantionul selectat a fost compus din 455 respondenți. Chestionarul a fost structurat în 28 întrebări.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

Dimensiunea eșantionului a fost de 455 respondenți.



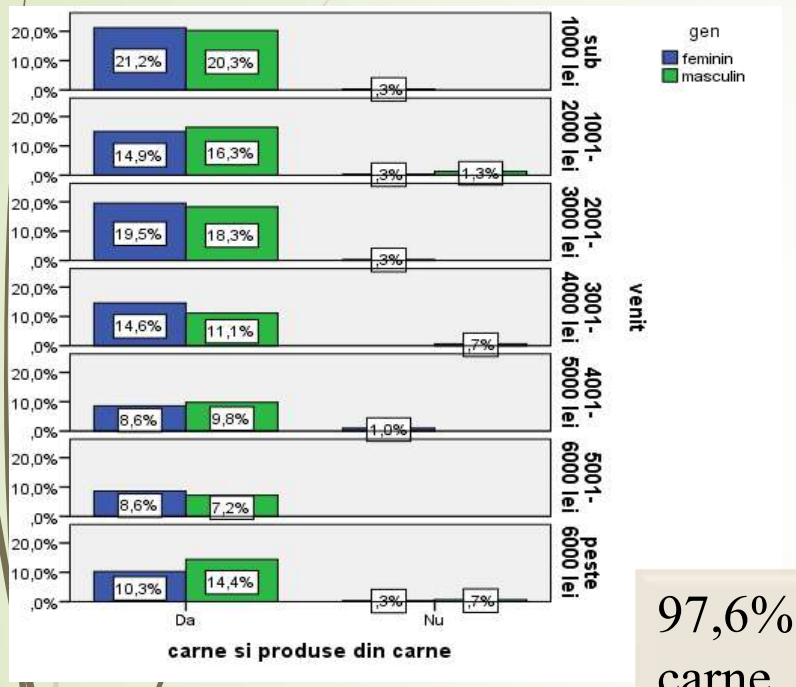


Din punct de vedere al genului, 66,4% persoane sunt de gen feminin și 33,6% persoane sunt de gen masculine.

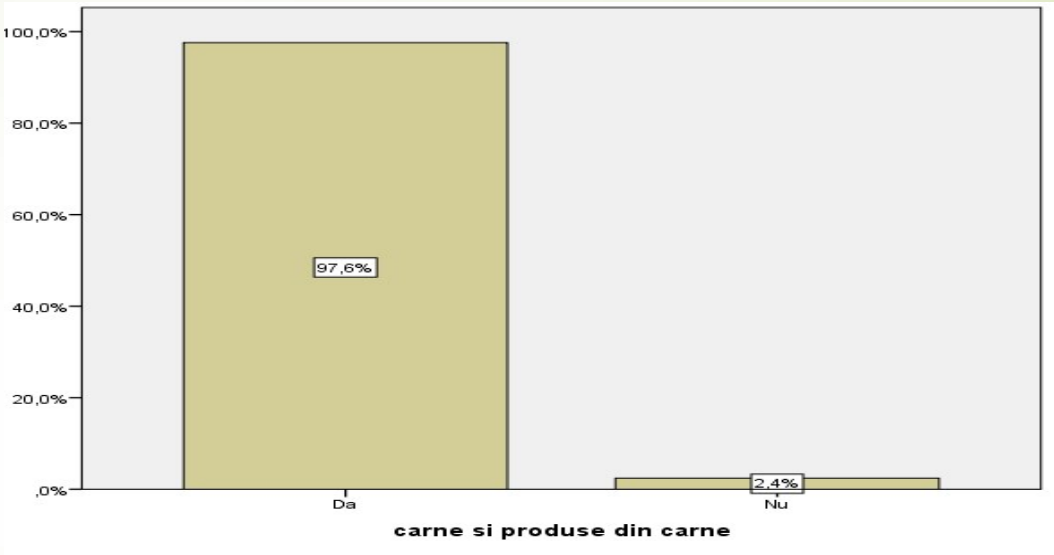
Din punct de vedere al vârstei, 71,0% dintre respondenți au vârsta de până la 29 ani, 22,4% dintre respondenți au vârsta cuprinsă între 30 și 49 ani, respectiv 6,6% dintre respondenți au vârsta de peste 50 de ani.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

Structura consumului de produse de carne și produse din carne în funcție de gen și venit



"Consumați carne și/sau produse din carne?"

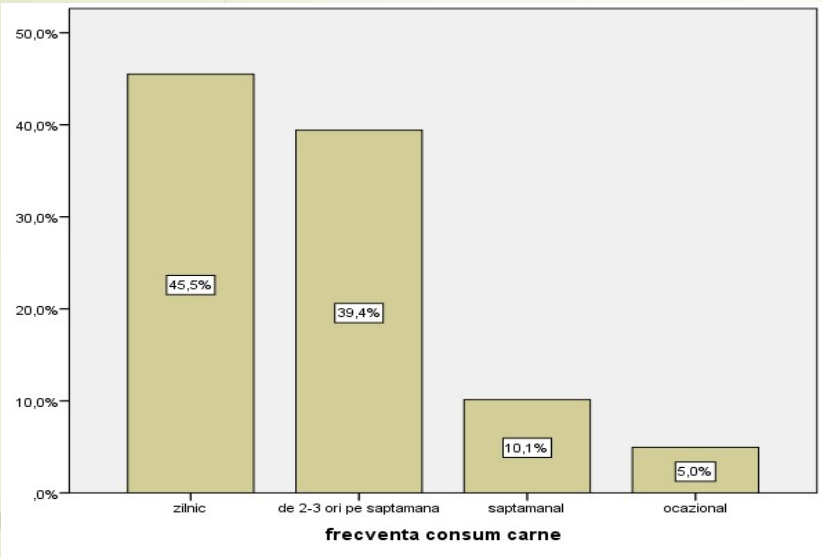


97,6% dintre respondenți consumă carne și produse din carne , iar 2,4% nu consumă astfel de produse alimentare

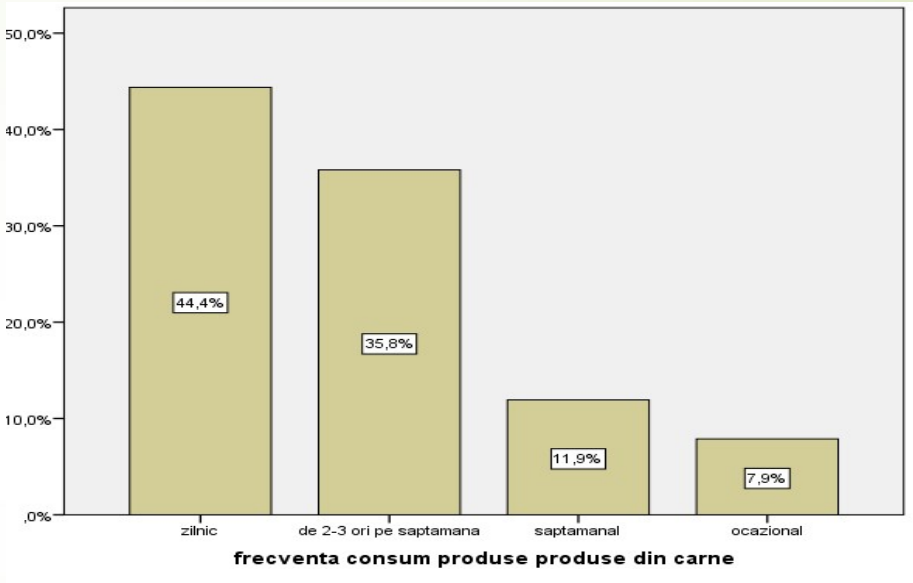
Dintre cei care nu consumă deloc carne sau produse din carne, 0,9% din respondenții au venituri cuprinse sub 2000 lei, 0,4% între 2001-3000 lei și 1,1% au venituri peste 4001 lei .

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

- *„Cât de des consumați carne?”*



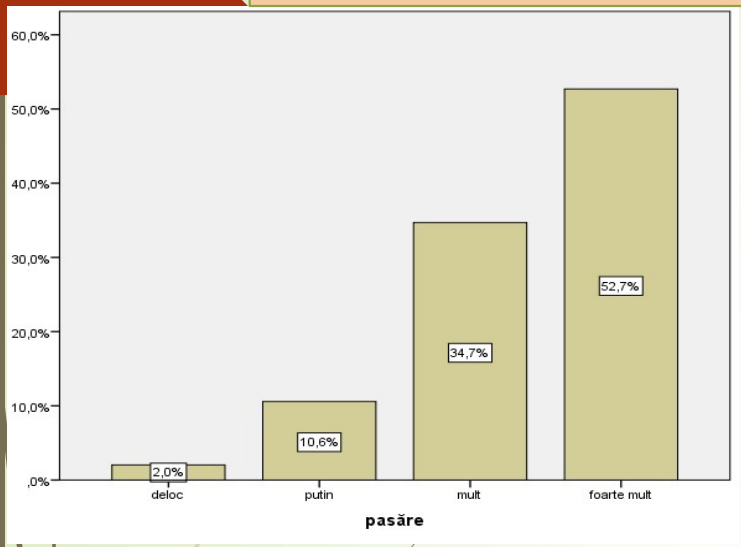
„Cât de des consumați produse din carne?”



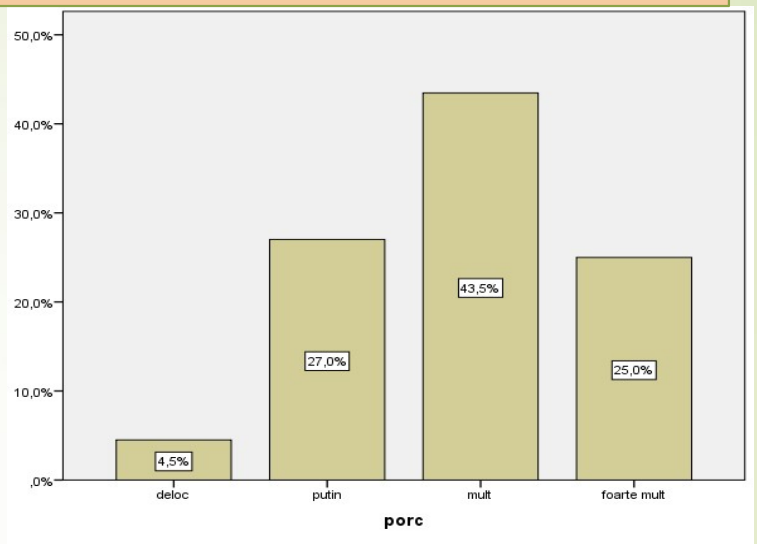
Aceste doua întrebări vizează frecvența de consum a cărnii și a produselor din carne, și se observă faptul că:

- Zilnic consumă carne 45,5% dintre respondenți iar în cazul produselor din carne 44,4%
- De 2-3 ori pe săptămână, consumă carne 39,4% dintre respondenți, iar 35,8% produse din carne
- Săptămânal consumă carne 10,1% dintre respondenți , iar produse din carne 11,9%
- și ocazional un procent de 5,0% dintre respondenți consumă carne și 7,9% produse din carne

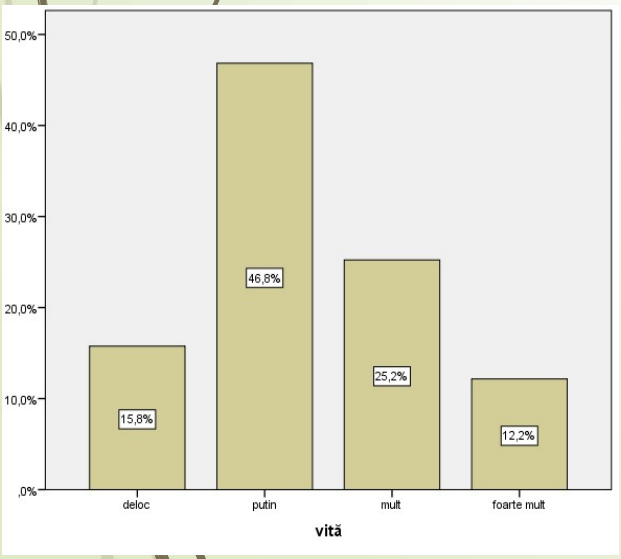
STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

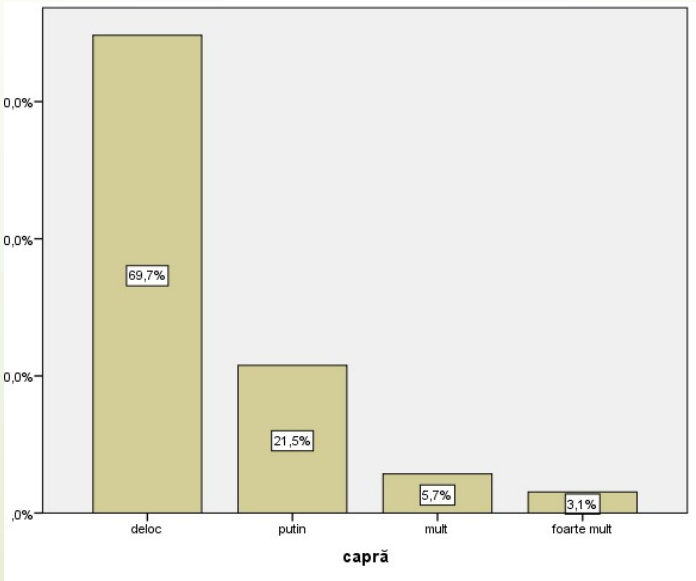


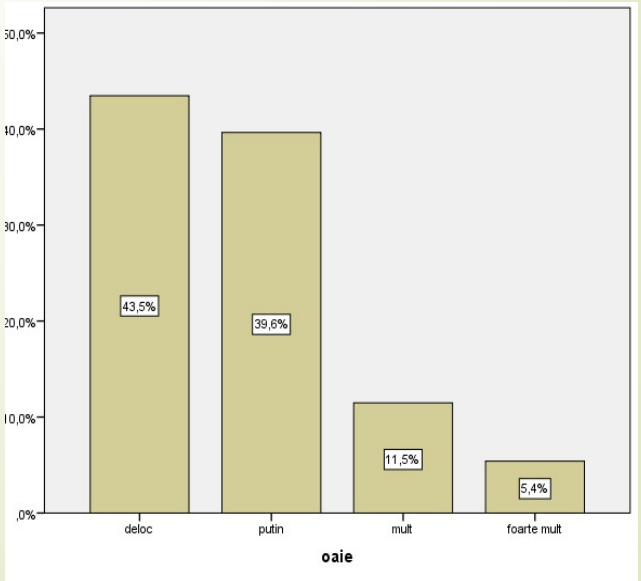
La întrebarea "De la ce specie preferați să consumați carne și produse din carne?" răspunsurile sunt ilustrate in următoarele figuri:



*După cum se poate observa, p*e primul loc în preferințe este carne de pasăre (52,7% dintre respondenți consumă foarte mult) urmată de carnea de porc (25% consumă foarte mult) iar cea mai puțin consumată este carnea de oaie și capră

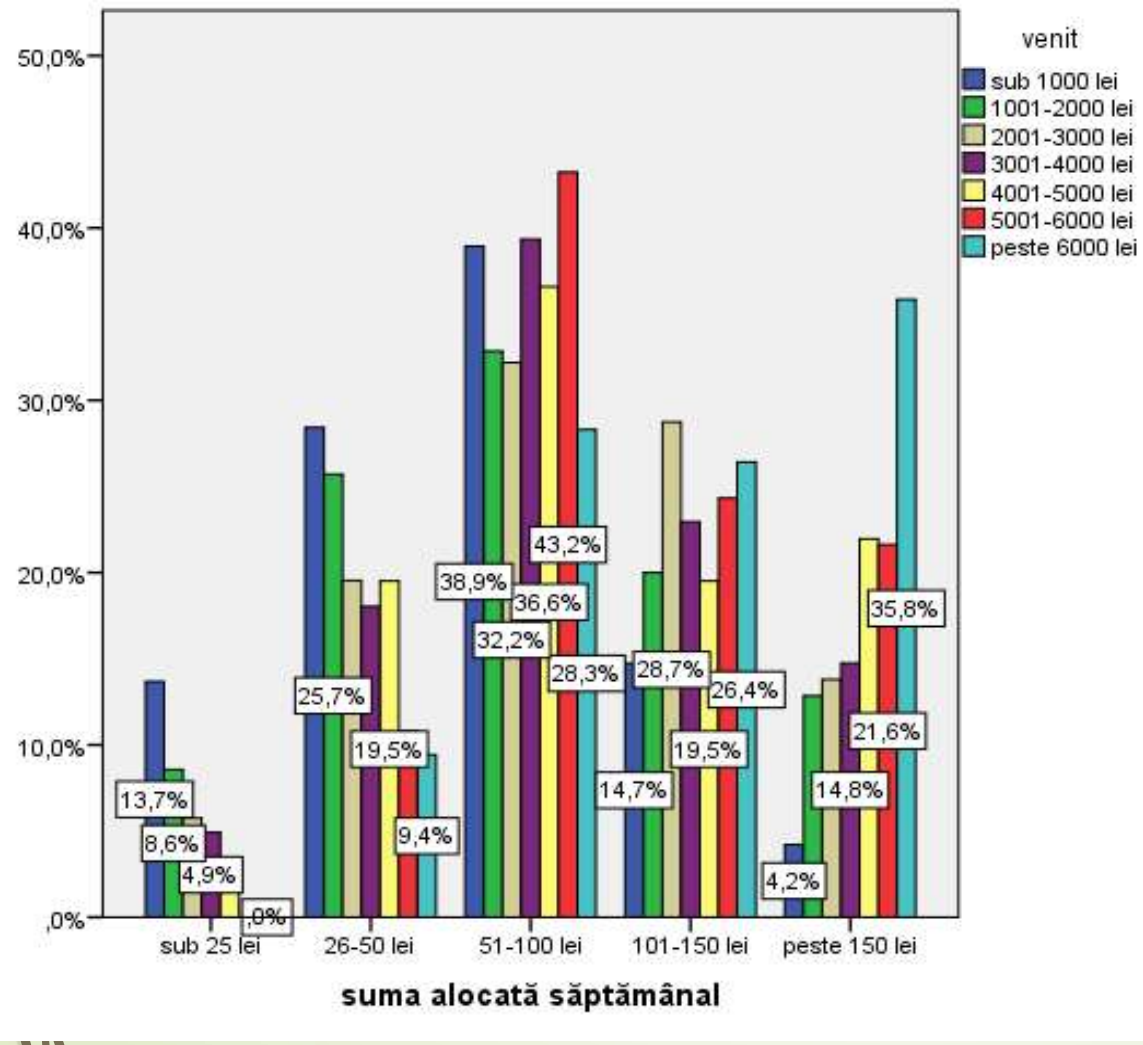






STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

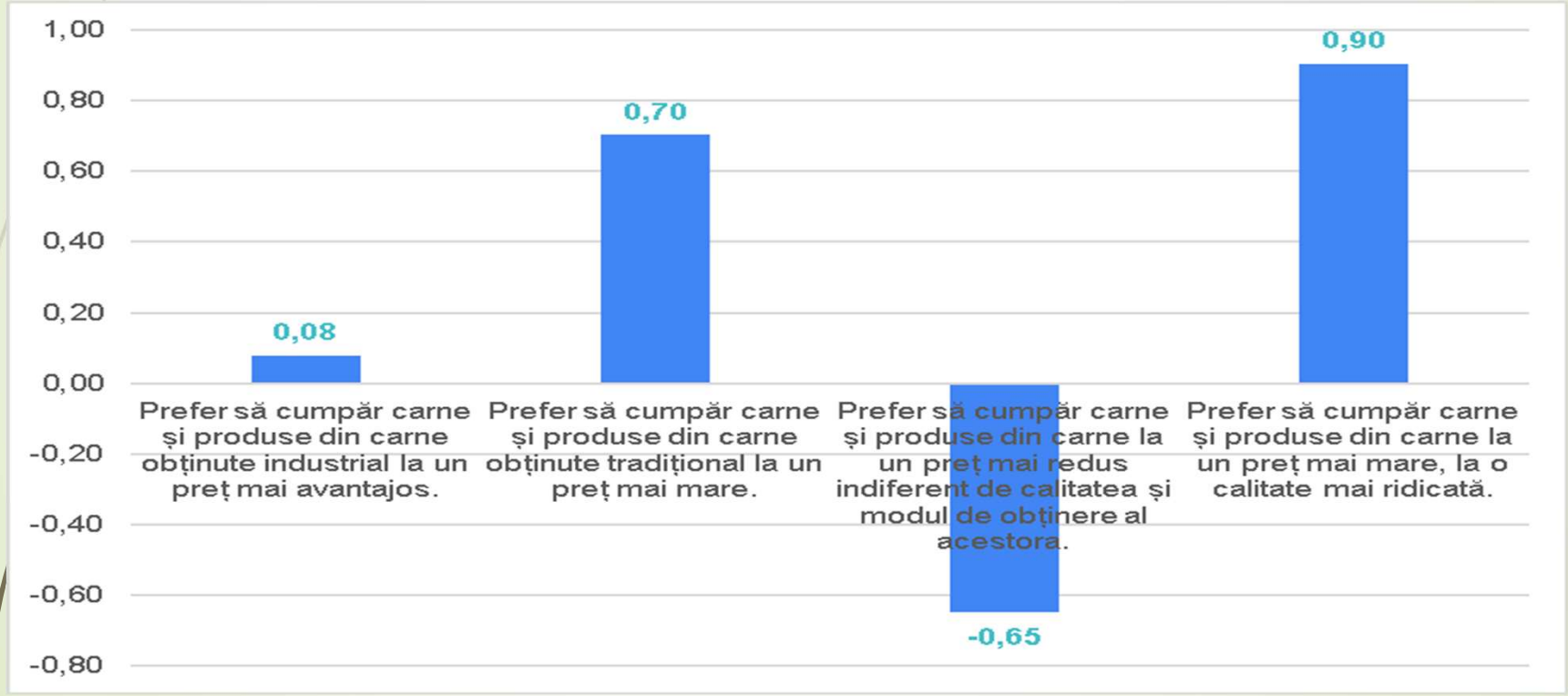
„Ce sumă alocați – în medie – săptămânal pentru cumpărarea cărnii și produselor din carne?”



- Dintre respondenții care alocă mai puțin de 25 lei sau între 26-50 lei săptămânal pentru achiziționarea cărnii sau a produselor din carne, cei mai mulți se încadrează in categoria de venit sub 1000 lei (13,7% și respectiv 25,7%)
- Cei mai mulți respondenți, indiferent de venit, achiziționează carne în valoare de cca 51-100 lei săptămânal, după cum se observă din figura alăturată.
- Dintre respondenții ce cheltuie mai mult de 150 de lei săptămânal cei mai mulți au un venit mai mare de 6000 lei (35,8%)

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

Utilizând Scala lui Likert pentru prelucrarea rezultatelor, a rezultat faptul că respondenții preferă să cumpere carne și produse din carne la un preț mai mare, dacă au o calitate mai ridicată sau sunt obținute tradițional, conform figurii următoare:

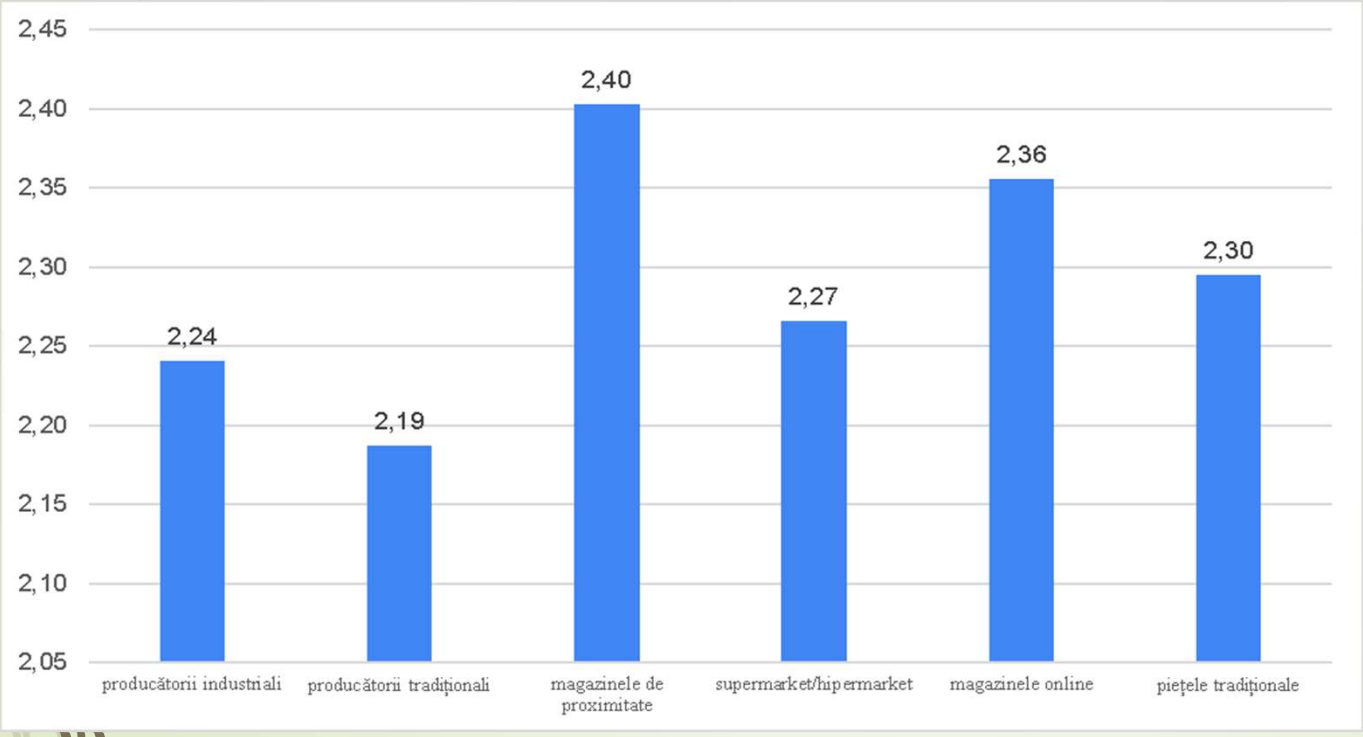


Din anchetă a rezultat și faptul că respondenți nu preferă să cumpere carne și produse din carne la un preț mai redus, indiferent de calitatea și modul de obținere al acestora.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

„Cum considerați prețurile practicate pentru carne și produse din carne în raport cu calitatea?”

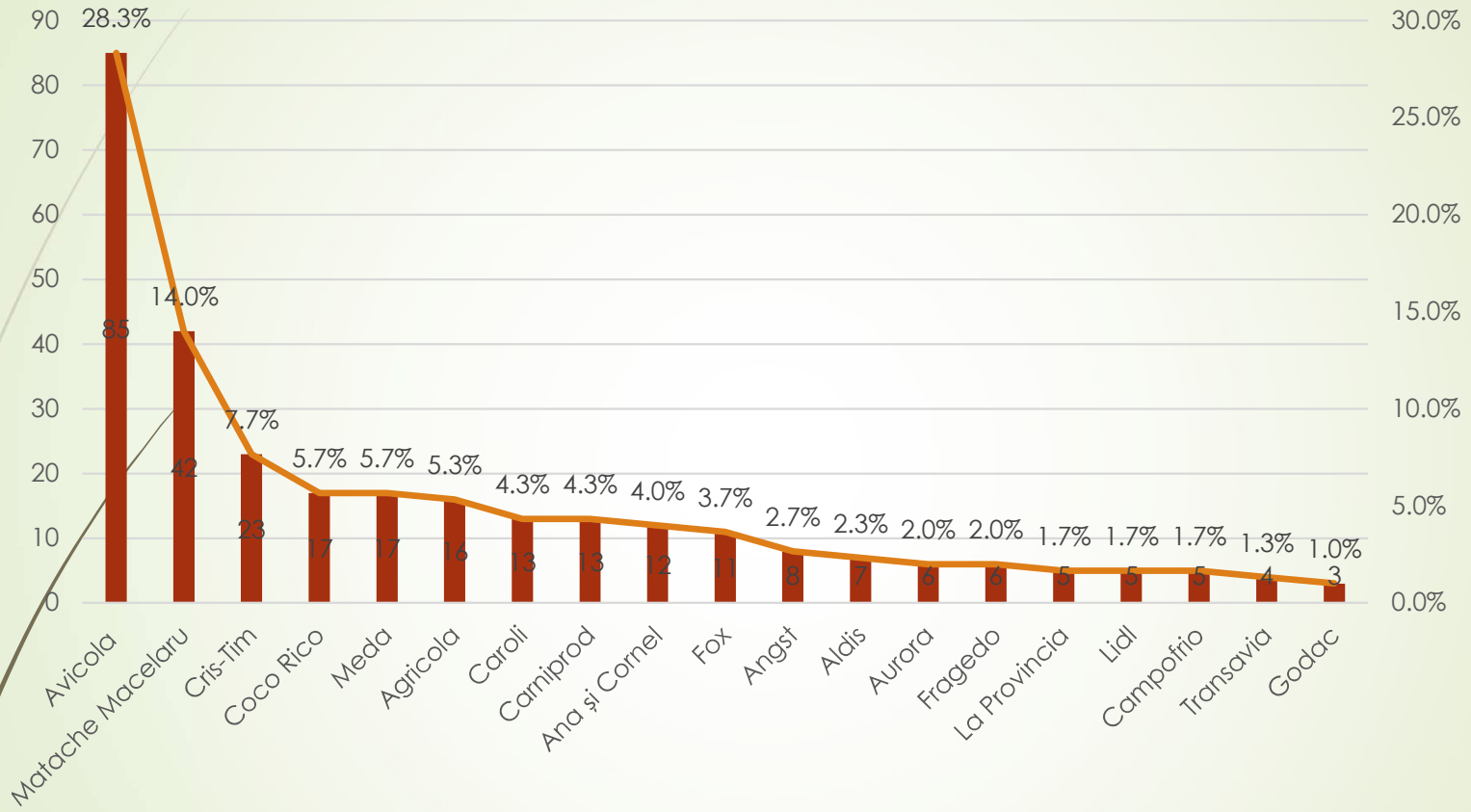
Utilizând Metoda diferențialei semantice, prin intermediul căreia am acordat o notă de la 1 la 3 celor 3 trepte ale scalei, respectiv: mici (1), justificate (2) și mari (3), a rezultat următoarea ierarhizare în ceea ce privește prețurile practicate pentru carne și produse din carne:



Se observă faptul că pe primul loc, în funcție de raportul calitate-preț, se află magazinele de proximitate, urmate de magazinele online, piețele tradiționale, supermarket/hipermarket, producătorii industriali și producătorii tradiționali.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

„De la ce marcă achiziționați carne și produse din carne?”



Marca cel mai frecvent achiziționată de respondenți, este, fără îndoială, Avicola, aceasta regăsindu-se în cele mai multe dintre răspunsurile colectate, respectiv peste 28%. Aceasta este urmată de două mărci care au în portofoliu produse și specialități din carne, respectiv, Matache Măcelarul (14%) renumită pentru calitatea preparatelor oferite, cu un conținut ridicat de carne, fără aditivi și substanțe chimice și mirodenii de calitate și Cristim (7,7%). Cele două mărci aparțin Grupului Cris-Tim, liderul pieței românești de carne procesată.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

Aveți recomandări față de producătorii de carne și produse din carne? Dacă răspunsul este afirmativ, vă rugăm să le menționați

Pentru producătorii de carne și produse din carne respondenții au avut recomandări : „să diversifice gamele de produse", „produsele să fie cât mai calitative și să se respecte cu strictețe igiena", să comercializeze "produse cât mai proaspete". De asemenea, sunt recomandări și în privința conținutului mai mare de carne pentru produsele și specialitățile existente.

Sunt menționate și recomandări în privința promovării produselor tradiționale, a celor cu semne de calitate și adaptarea la produsele ecologice, dar și în privința necesității respectării calității produselor („păstrați Rețetele tradiționale", "să existe mai multe locuri de unde putem cumpăra produse naturale și tradiționale", "axarea mai mult pe produsele cu eticheta verde", "participare la schemele de calitate", "îmbunătățirea calității produselor").

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE

Numeroase recomandări se îndreaptă în direcția reducerii sau eliminării conținutului de aditivi, conservanți, alte substanțe chimice și sare, adăugate în produsele și preparatele din carne și se solicită păstrarea calității naturale pentru această categorie de produse, concomitent cu reducerea termenului de valabilitate. Dintre acestea menționăm: „reducerea termenului de valabilitate pentru a adaugă cât mai putini conservanți”, “eliminarea substanțelor cancerigene!”, “produsele să fie realizate "curat", fără E-uri, fără nitrați!”, “aș dori ca produsele să conțină mai puține E-uri, conservanți și coloranți artificiali, chiar daca termenul de expirare ar fi mai redus.

Există și o serie de recomandări, care relevă neîncrederea consumatorilor în produsele existente pe piață: “să fie corecți”, “să nu mai injecteze apă în carne”, “să găsească o variantă mai bună în prelungirea termenului de valabilitate, nu prin injectarea lor”, “transparență”.

CONCLUZII

În urma studiului realizat a reieșit că 97,6% dintre respondenți consumă carne și produse din carne, aproximativ 85% dintre cei chestionați consumând aceste produse de mai multe ori pe săptămână.

Preferințele consumatorilor se îndreaptă către carnea de pasăre (aprox. 88%), porc (68,5%), vită (37,4%), oaie (aprox. 17%) și capră (8,8%), în timp ce pentru produsele obținute din aceste sortimente de carne ponderile sunt următoarele: pentru produsele obținute din carne de pasăre 62%, pentru produsele obținute din carne de porc 54,5%, pentru produsele obținute din carne de vită 38,1%, pentru produsele obținute din carne de oaie 28,8% iar pentru produsele obținute din carne de capră 24,3%.

În ceea ce privește consumul de produse obținute din carne, preferințele consumatorilor se îndreaptă spre salamuri 31,3%, cârnați 34,7%, afumături 30,4%, specialități 40,1%.

Cu privire la sursa de aprovizionare, 22,5% dintre cei chestionați preferă să cumpere „direct de la producător”, 35% cumpără din „magazine specializate/tradiționale”, 33,3% din „magazine de proximitate”, 36% cumpără din „supermarketuri/hipermarketuri”, observându-se predilecția acestora spre surse controlabile din punct de vedere sanitar.

În alegerea locului de achiziție a cărnii și produselor din carne, se acordă o importanță deosebită prospețimii, calității superioare și diversității sortimentale. Nu este de neglijat factorul preț care are o importanță la fel de mare ca și calitatea.

Respondenților le este indiferent dacă cumpără produse din carne obținute industrial la un preț mai avantajos, dar nu sunt de acord să cumpere produse din carne la un preț mai redus, făcând rabat de la calitate.

Din chestionar a mai reieșit că persoanele cu venituri mici și medii se aprovizionează de la magazinele de proximitate, 60% dintre aceștia apreciind că prețurile practicate de aceștia sunt justificate, în timp ce persoanele cu venituri mari apreciază justificate prețurile practicate de producătorii industriali și/sau tradiționali, dar și de supermarket-uri/hipermarket-uri.

45,5% dintre respondenți ar cumpăra carne și produse din carne la prețuri mai mari dacă sunt produse și certificate ecologic, au o calitate superioară sau sunt realizate în mod tradițional.

Marca cel mai frecvent achiziționată de consumatorii respondenți, este Avicola, aceasta regăsindu-se în cele mai multe dintre răspunsurile colectate, respectiv peste 28%. Aceasta este urmată de două mărci care au în portofoliu produse și specialități din carne, respectiv, Matache Măcelarul (14%) renumită pentru calitatea preparatelor oferite, cu un conținut ridicat de carne, fără aditivi și substanțe chimice și mirodenii de calitate și Cristim (7,7%).

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

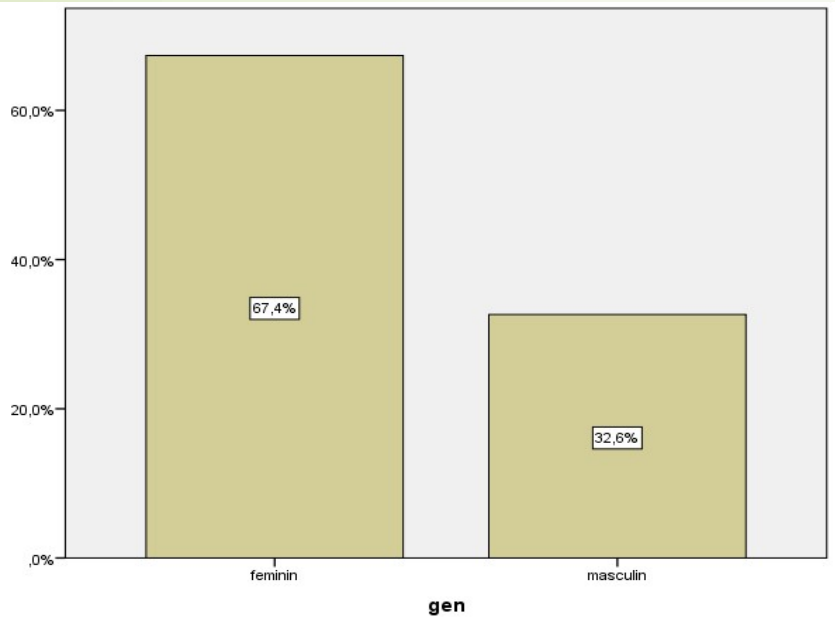
Scopul studiului:

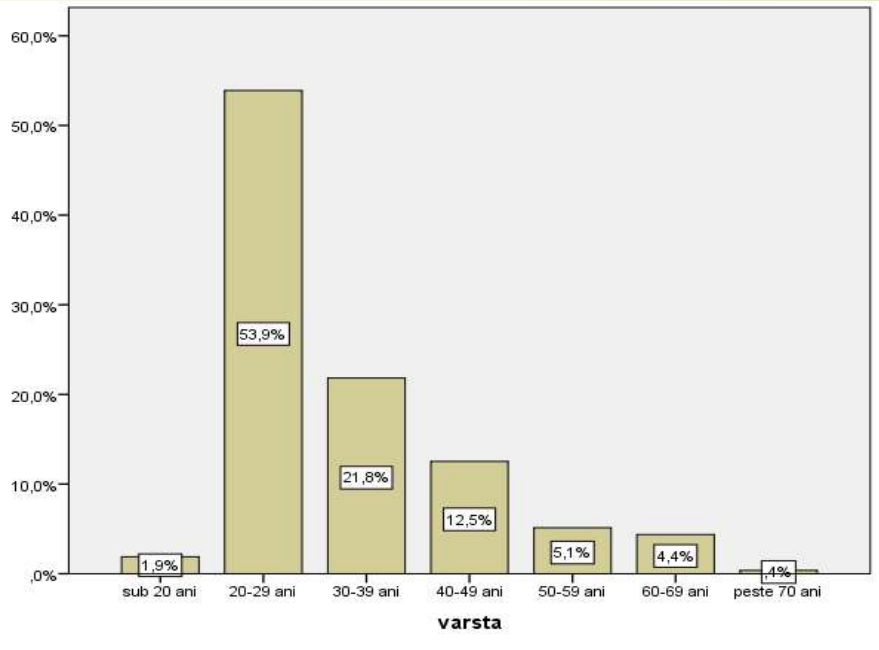
Determinarea profilului consumatorului de miere de albine , având în vedere importanța economică deosebită a acestei categorii de produse în alimentație.

Determinarea profilului consumatorilor de miere de albine s-a realizat utilizându-se ca metodă de cercetare ancheta cantitativă, având ca instrument de lucru un chestionar auto-administrat. Eșantionul selectat a fost compus din 527 respondenți. Chestionarul a fost structurat în 25 întrebări.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

Dimensiunea eșantionului a fost de 527 respondenți.



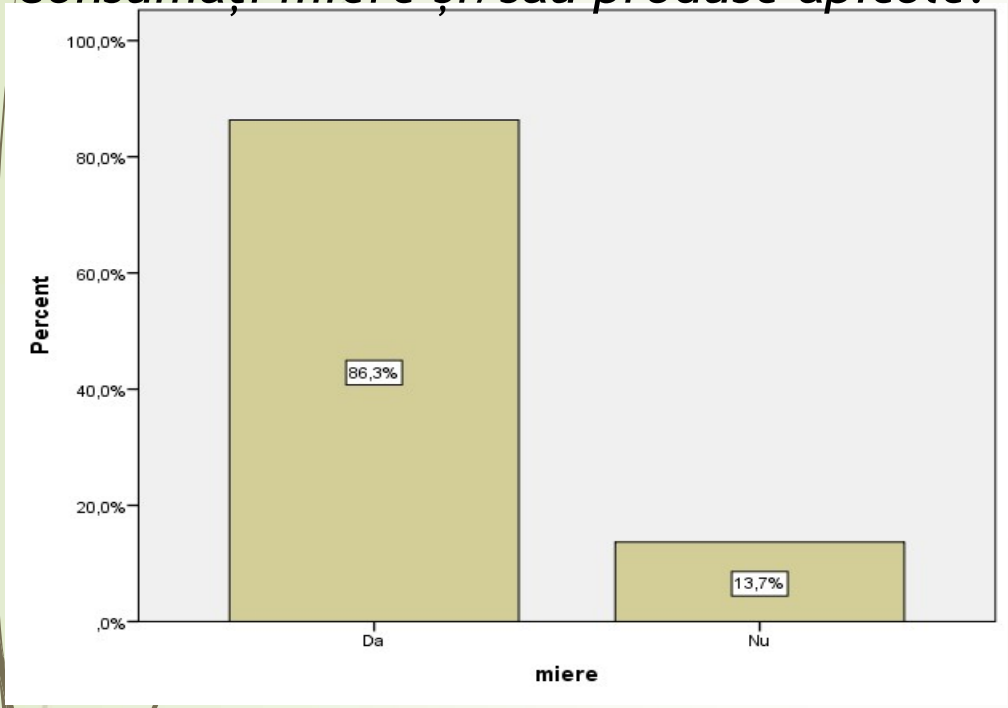


Din punct de vedere al genului, 67,4% persoane sunt de gen feminin și 32,6% persoane sunt de gen masculin

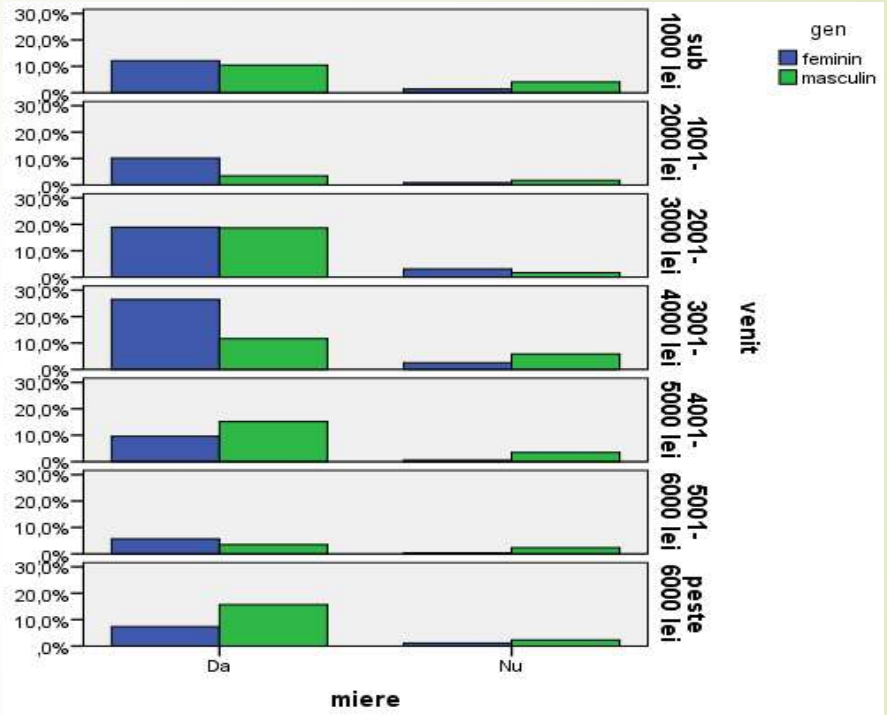
Din punct de vedere al vârstei, 55,8% dintre respondenți au vârsta de până la 29 ani, 34,3% dintre respondenți au vârsta cuprinsă între 30 și 49 ani, respectiv 9,9% dintre respondenți au vârsta de peste 50 de ani

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

"Consumați miere și/sau produse apicole?"



86,3% dintre respondenți sunt consumatori, respectiv 13,7% sunt non-consumatori de miere și/sau produse apicole.

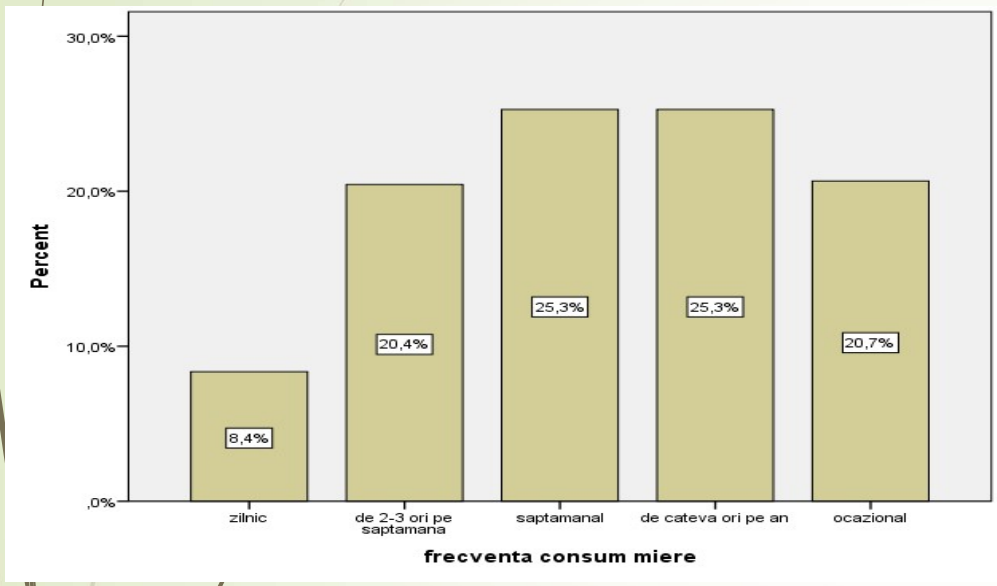


9,9% din respondenții de gen feminin și 21,5% din respondenții de gen masculin nu consumă deloc miere și/sau produse apicole

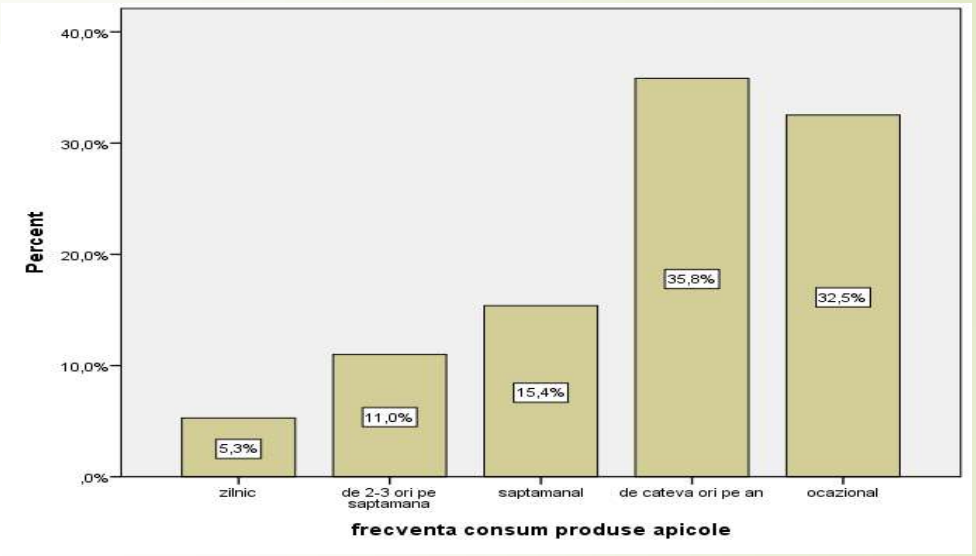
În ceea ce privește venitul, **16,4%** din respondenții cu venituri cuprinse sub 1000 lei, **12,5%** din respondenții cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei, **12,4%** din respondenții cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei, **14,3%** din respondenții din respondenții cu venituri cuprinse între 3001-4000 lei, 11,8% din respondenții cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei, **16,1%** din respondenții cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei și 13,1% din respondenții cu venituri peste 6000 lei **nu consumă miere și produse apicole**.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

„Cât de des consumați miere?”



„Cât de des consumați produse apicole?”



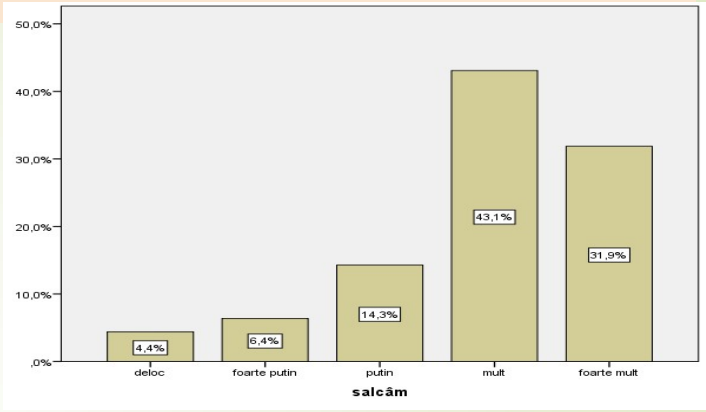
- 8,4% dintre respondenți consumă miere zilnic,
- 20,4% de 2-3 ori pe săptămână,
- 25,3% săptămânal,
- 25,3% de câteva ori pe an și
- 20,7% ocazional

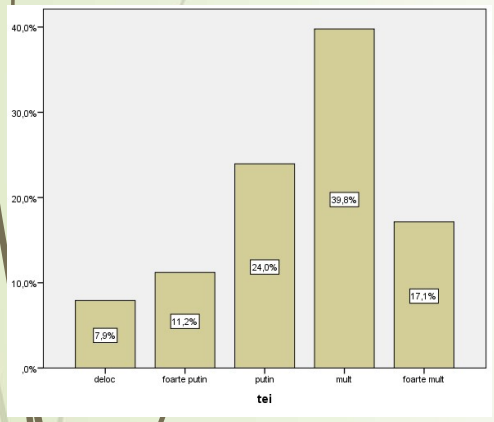
- 5,3% dintre respondenți consumă produse apicole zilnic,
- 11,0% de 2-3 ori pe săptămână,
- 15,4% săptămânal,
- 35,8% de câteva ori pe an și
- 32,5% ocazional

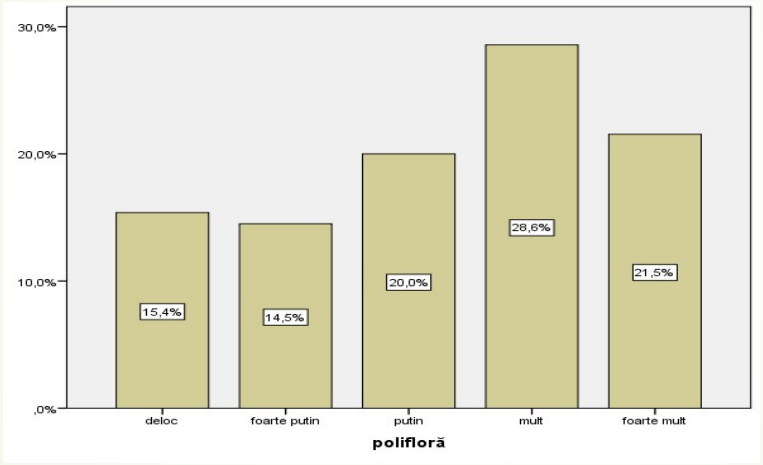
STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

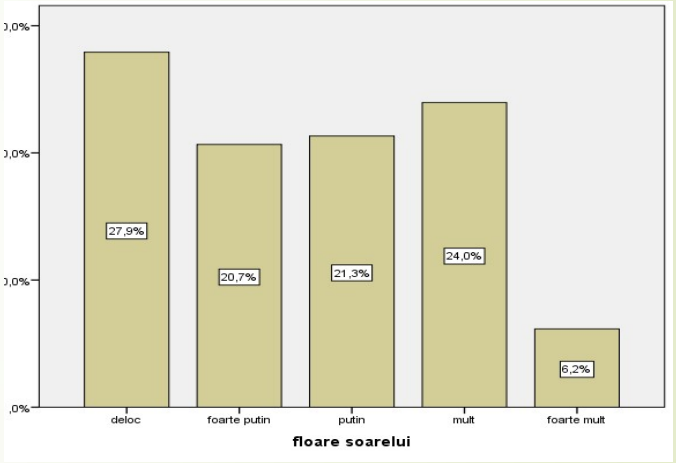
„Ce sortiment de miere preferați să consumați?”

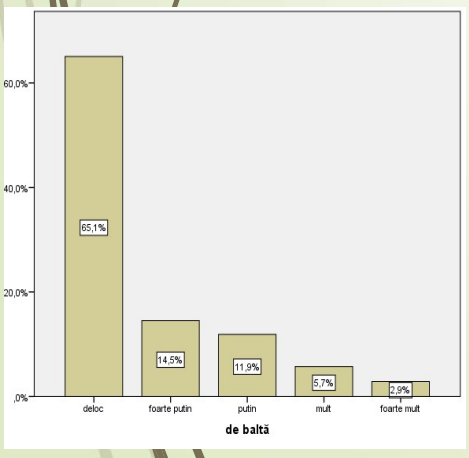
Sortimentele preferate de respondenți sunt cele de: salcâm (31,9% consumă foarte mult), polifloră (21,5%) și mierea de tei (17,1%)

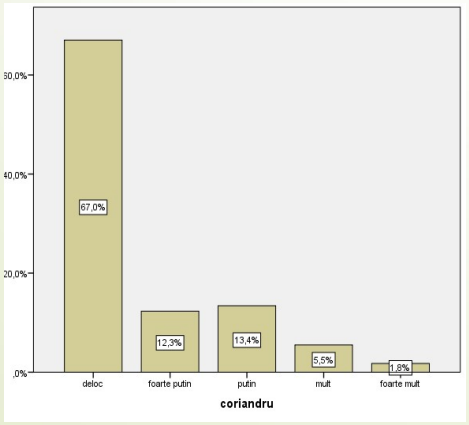


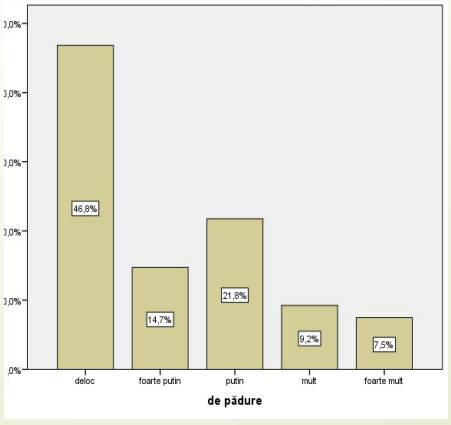


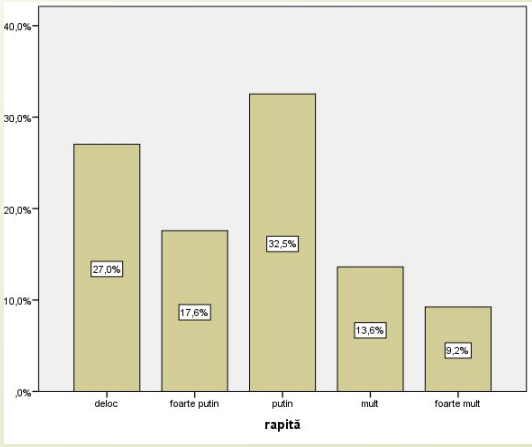








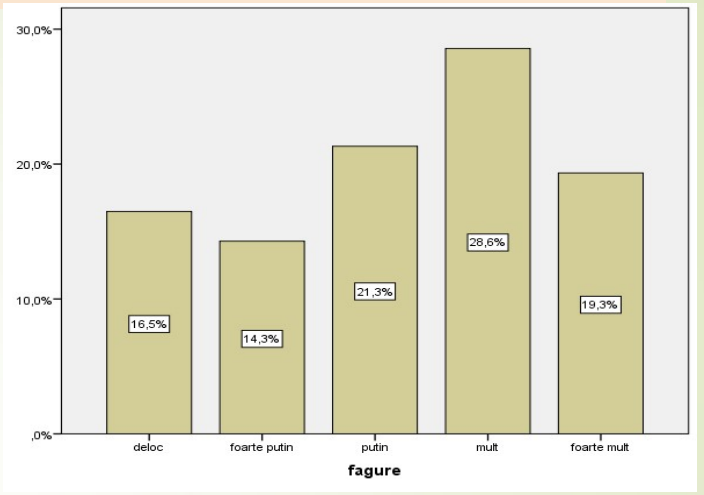


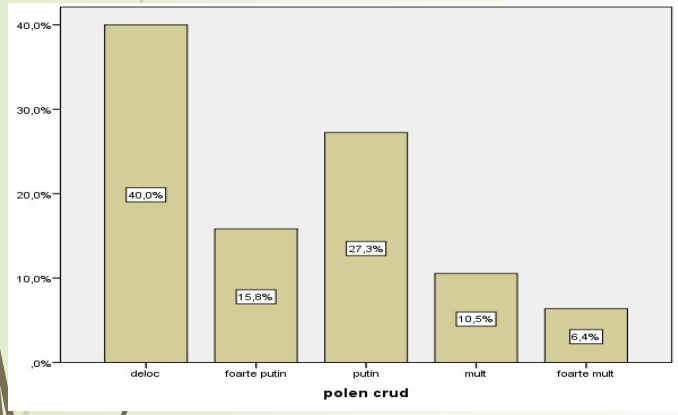


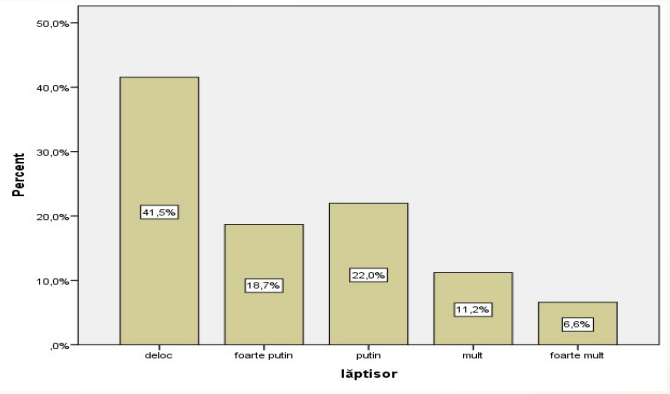
STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

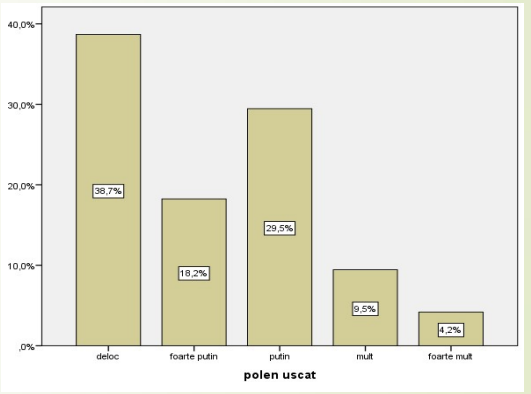
„Ce sortiment de produse apicole preferați să consumați?”

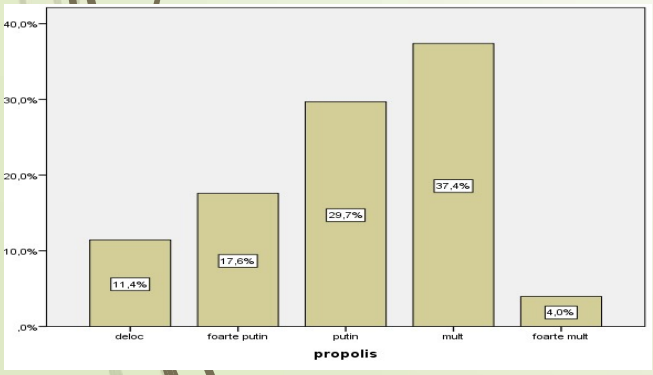
Dintre produsele apicole , cel mai mult se consumă căpăceala/ fagure(19,3% consumă *foarte mult* și 28,6% *mult*) și propolisul(37,4% consumă *mult*)

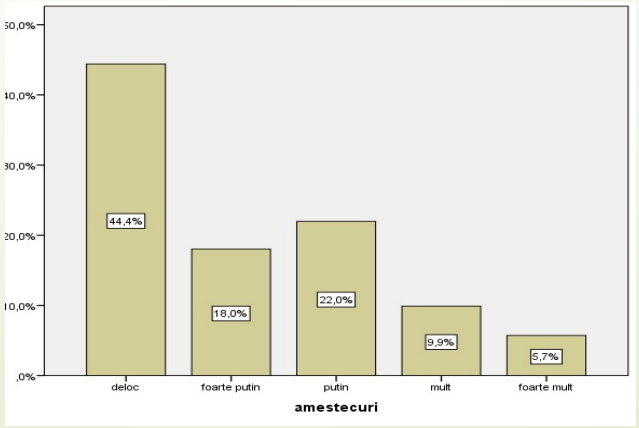


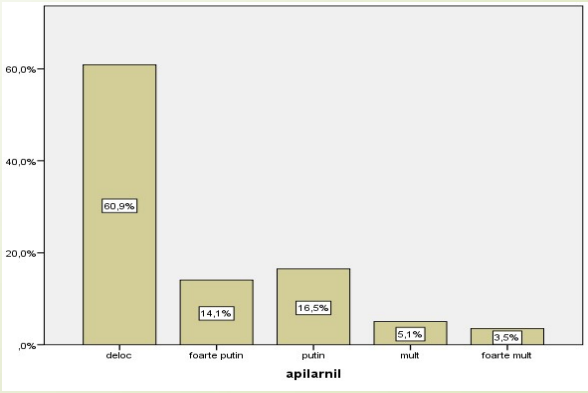






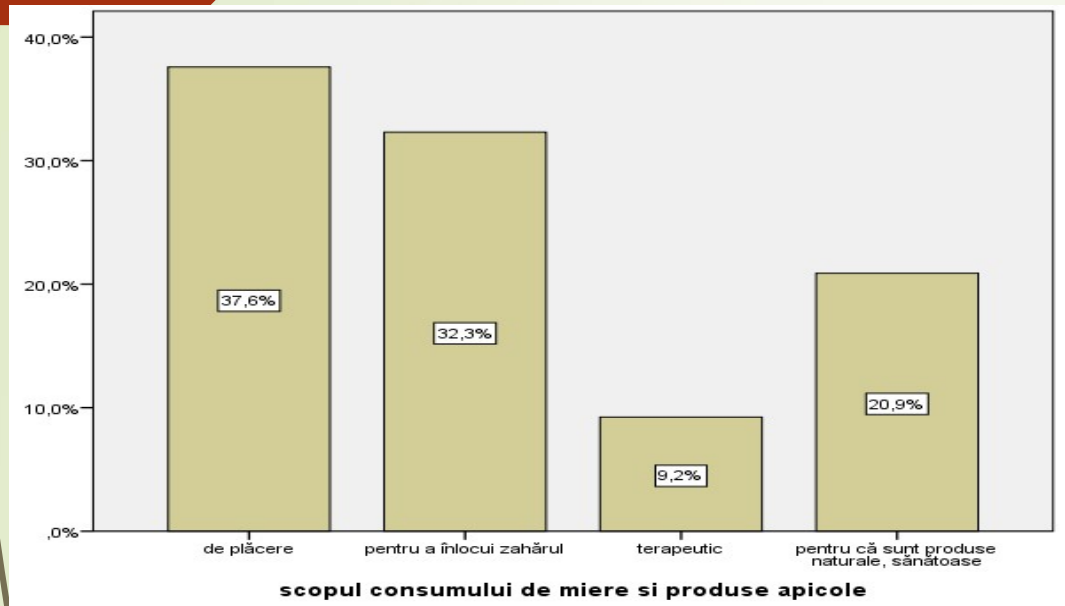






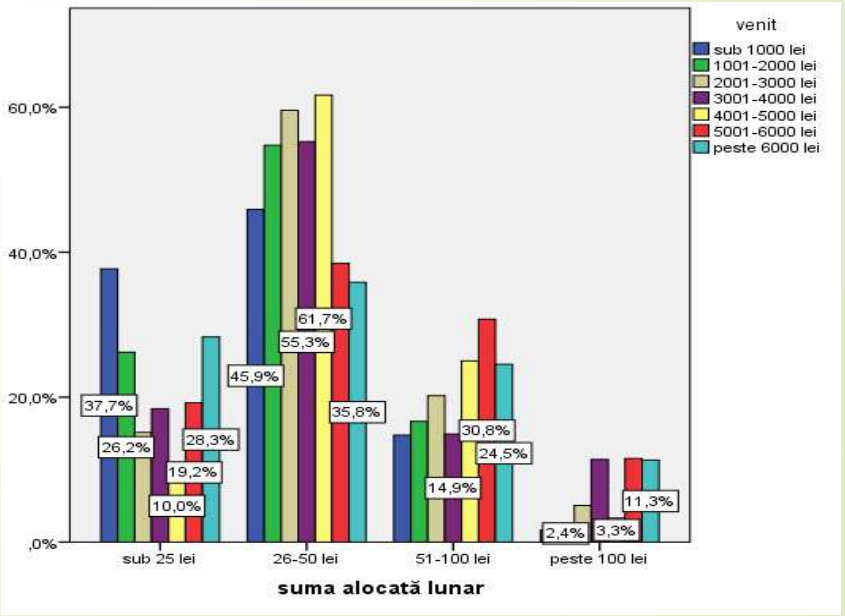
STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

- *„În ce scop consumați miere și produse apicole?”,*



Astfel, 37,6% dintre respondenți consumă mierea și produsele apicole de plăcere, 32,3% pentru a înlocui zahărul, 20,9% pentru că sunt produse naturale, sănătoase, respectiv 9,2% în scop terapeutic

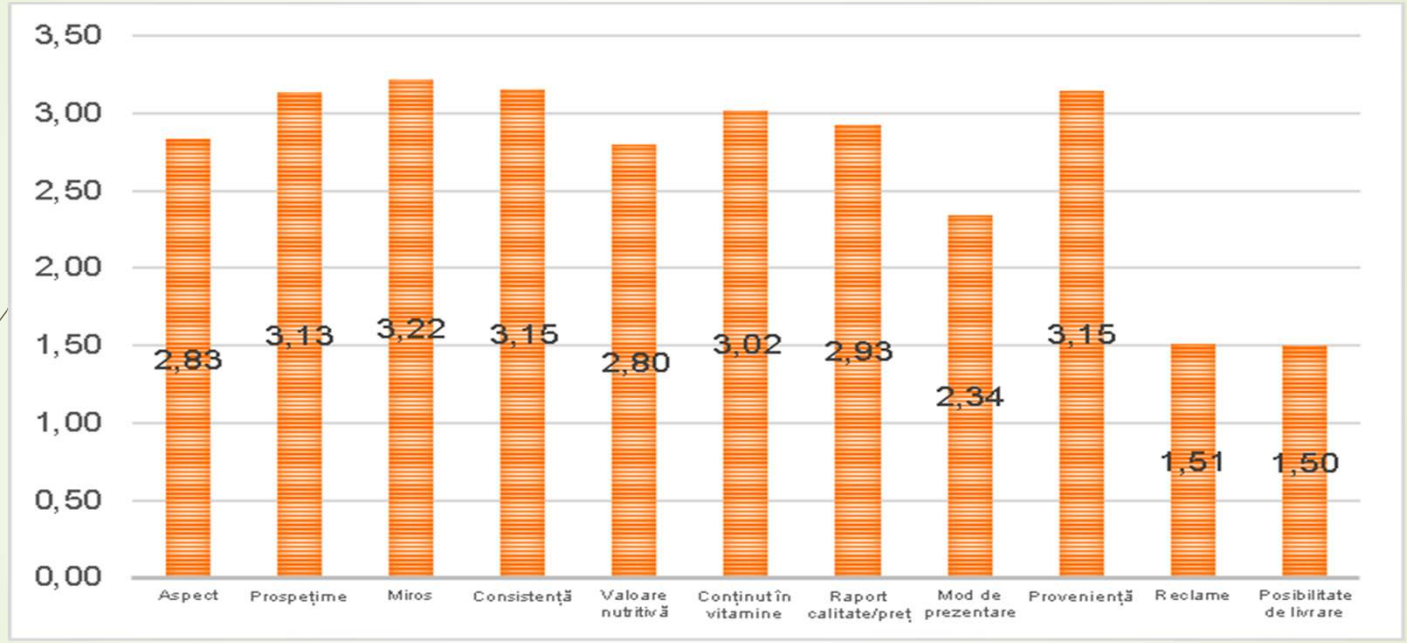
Ce sumă alocați – în medie – lunar pentru cumpărarea mierii și produselor apicole?”



- Dintre respondenții care alocă mai puțin de 25 lei săptămânal pentru achiziționarea mierii de albine cei mai mulți se încadrează in categoria de venit sub 1000 lei (37,7%)
- Cei mai mulți respondenți, indiferent de venit, achiziționează miere și produse apicole în valoare de cca 26-50 lei săptămânal, după cum se observă din figura alăturată.
- Dintre respondenții ce cheltuie mai mult de 100 de lei săptămânal pentru achiziționarea mierii sau a produselor apicole, cei mai mulți au un venit între 5001- 6000 lei (11,3%)

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

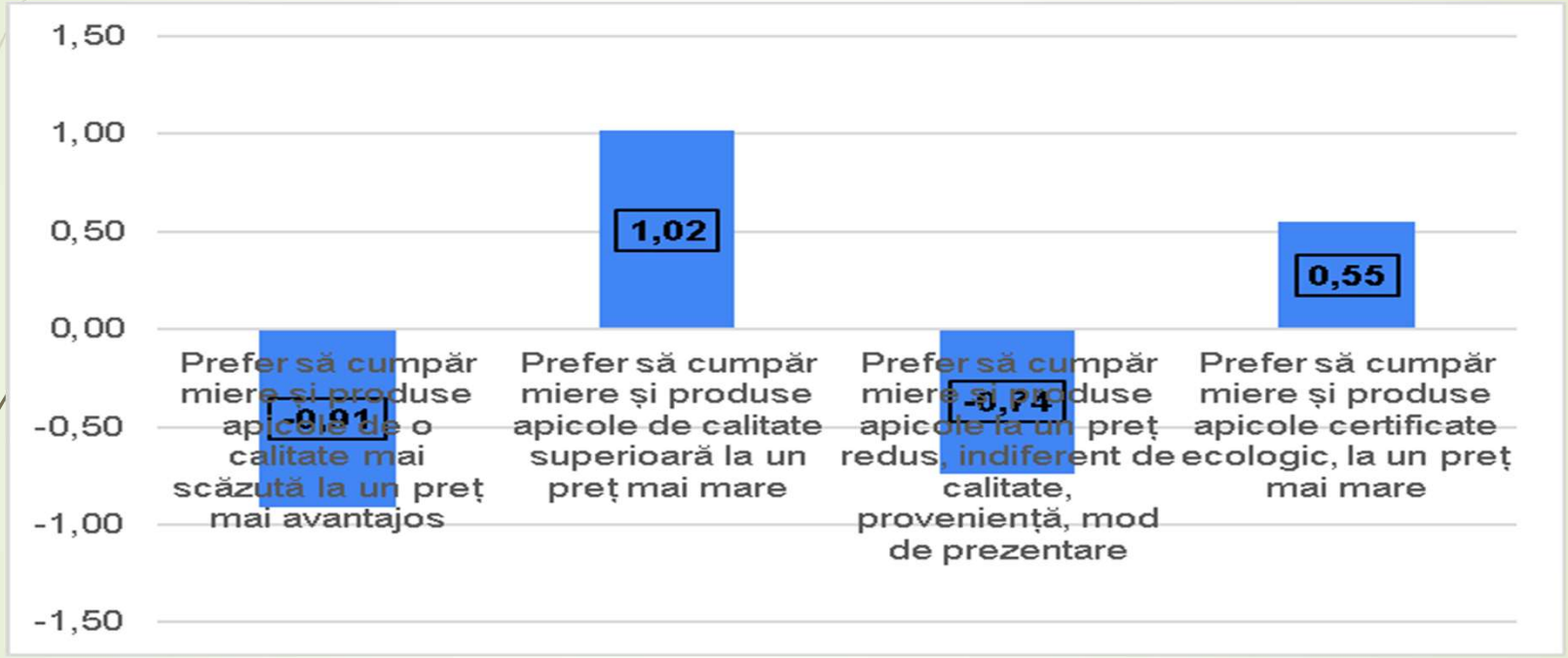
- *„Care sunt criteriile ce influențează decizia de cumpărare a mierii și produselor apicole, în ordinea importanței?”*



Se observă faptul că pe primele locuri, din punctul de vedere al importanței acordate în decizia de cumpărare a mierii și produselor apicole, se află: mirosul, gustul, culoarea, consistența, proveniența, prospețimea, iar la polul opus se află reclamele promoționale și posibilitatea de livrarea la domiciliu.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

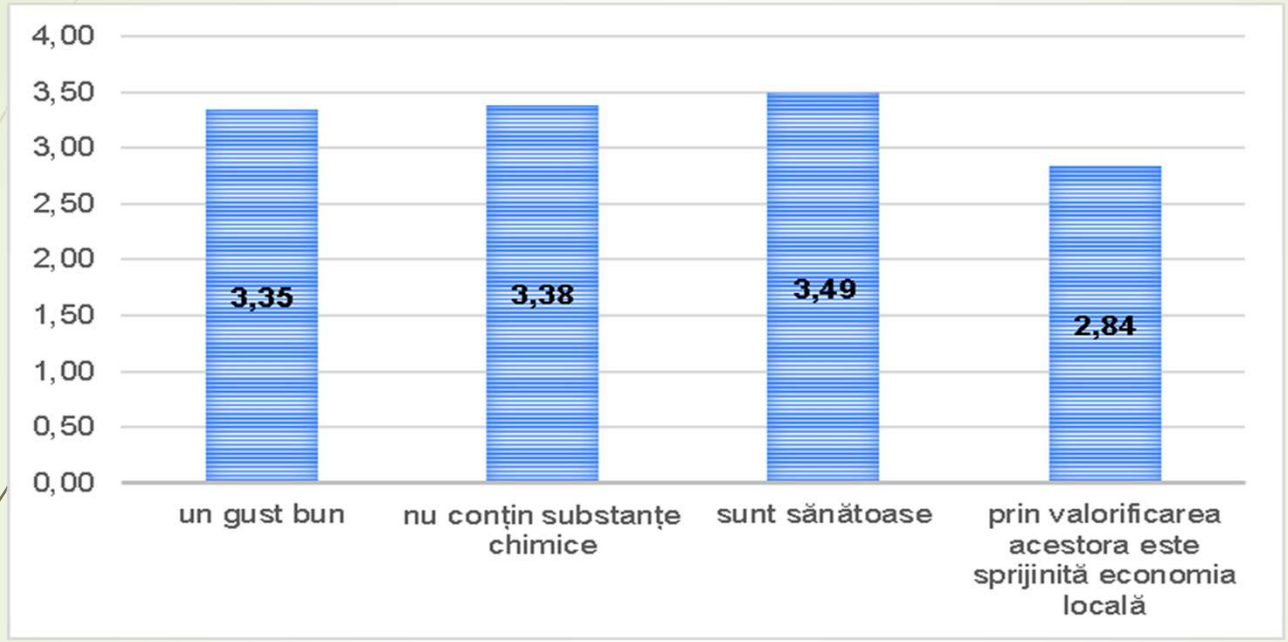
Utilizând Scala lui Likert pentru prelucrarea rezultatelor, a rezultat faptul că, în primul rând respondenții preferă să cumpere miere și produse apicole la un preț mai mare, la o calitate superioară, respectiv preferă să cumpere miere și produse apicole certificate ecologic la un preț mai mare, conform figurii următoare:



De asemenea, respondenții nu sunt de acord să cumpere miere și produse apicole la un preț redus, indiferent de calitate, proveniență, mod de prezentare, respectiv nu sunt de cord să cumpere miere și produse apicole de o calitate mai scăzută la un preț mai avantajos.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

- *Ce apreciați miere și produse apicole?”*



Se observă faptul că pe primele locuri, din punctul de vedere al aprecierii caracteristicilor mierii și produselor apicole, se află faptul că acestea sunt sănătoase, respectiv nu conțin substanțe chimice și au un gust bun, iar la polul opus se află faptul că prin valorificarea acestora este sprijinită economia locală.

STUDIUL PRIVIND PREFERINȚELE CONSUMATORILOR FAȚĂ DE MIERE DE ALBINE

Aveți recomandări față de producătorii de miere și produse apicole? Dacă răspunsul este afirmativ, vă rugăm să le menționați

- Cele mai multe dintre recomandările pe care respondenții le au către producători în ceea ce privește mierea și produsele apicole, fac referire la limitarea pe cât este posibil a introducerii substituenților mierii în comerț, respectiv eliminarea produselor contrafăcute/falsificate, recomandări precum: „*Produsul sa nu mai fie contrafăcut.*”, „*Sa nu mai folosească și sa comercializeze substituenți ai produsului.*”, „*Indiferent de cantitatea pe care o produc, sa o valorifice pură fără zahar adăugat.*”, „*Sa fie responsabili cu produsele pe care le comercializează.*”, „*Să fie fair-play*”, iar o ultimă sugestie a respondenților pentru această direcție este cel puțin interesantă și se referă la tratamentele aplicate în apicultură: „*Specificare pe etichete tratamente aplicate*”.

- Au fost identificate o serie de recomandări privind crearea de lanțuri scurte între producători – consumatori: „*Producătorii să iasă mai mult in piața cu produsele, să nu le mai trimită societăților comerciale care înmulțesc mierea*”, „*Puncte de desfacere, de vânzare si in localitățile rurale*”, „*Sa vândă cu amănuntul*”.

- Anumiți respondenți consideră prețurile practicate pentru miere și produse apicole ca fiind ridicate, sau poate nejustificat de mari, astfel, anumiți respondenți, într-un număr mai redus, au considerat următoarele recomandări generale: „preț mai scăzut”, „reducerea prețurilor” sau pur și simplu „prețul”.

CONCLUZII

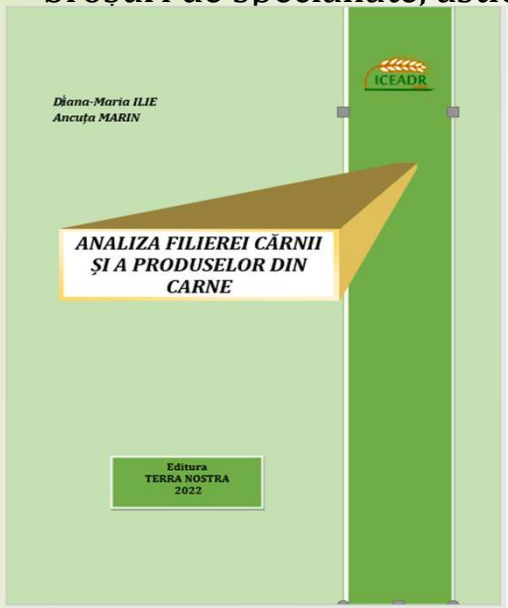
În urma studiului realizat a reieșit că 86,3% dintre respondenți consumă miere și produse apicole, 54,1% dintre cei chestionați de câteva ori pe săptămână, iar restul ocazional. În ceea ce privește frecvența de consum a produselor apicole 31,7% consumă de mai multe ori pe săptămână, în timp ce restul le consumă doar ocazional. Preferințele consumatorilor se îndreaptă spre mierea de salcâm (75%), de tei (56,9%), de floarea soarelui (30,2%), de rapiță (22,8%), polifloră (50,1%) și mierea de mană (16,7%). Referitor la preferințele în consum față de produsele apicole se poate concluziona că 37% dintre cei intervievați s-au exprimat în favoarea consumului de propolis și 28,6% dintre cei intervievați s-au exprimat în favoarea consumului de fagure. Interes foarte redus au produse ca : păstura (polen crud), polenul uscat, lăptișorul e matcă sau apilarnil.

Cu privire la sursa de aprovizionare cu miere și produse apicole a rezultat că 58,7% preferă să se aprovizioneze ”direct de la producător” și 26,2% din ”magazine specializate”. Surse precum ”târguri tradiționale”, ”supermarket-uri/hipermarket-uri”, „magazine online”, „magazine de tip plafar”, nu sunt creditate de cei intervievați în vederea achiziționării acestor produse

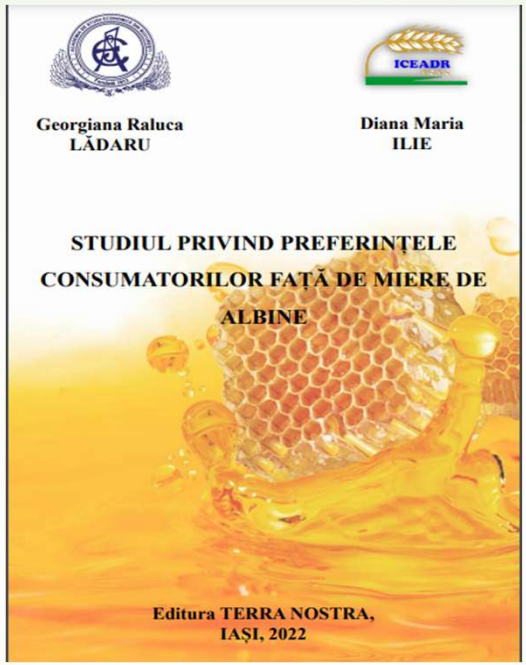
Întrebați care este principalul scop pentru care respondenții consumă miere și produse apicole, 37,6% dintre respondenți aleg mierea și produsele apicole în consum de plăcere, 32,3% pentru a înlocui zahărul, 20,9% pentru că sunt produse naturale, sănătoase, respectiv 9,2% pentru scop terapeutic. Referitor la prețul plătit pentru un kilogram de miere, în funcție de sortiment, a rezultat că sunt dispuși să plătească 26-35 lei pe kg de miere de: salcâm (38,7%), tei, floarea soarelui sau rapiță, coriandru (48,1%), polifloră (40,9%) și de mană (35,4%).

Diseminarea rezultatelor obținute

În cadrul Proiectului ADER 24.1.1 - Etapa 3, conform planului de realizare au fost elaborate cărți și broșuri de specialiate, astfel:



Diana Maria ILIE, Ancuța MARIN, ”Analiza filierei cărnii și a produselor din carne” Editura TERRA NOSTRA Iași, 2022



Georgiana Raluca LĂDARU, Diana Maria ILIE, Studiul privind preferințele consumatorilor față de miere de albine , Editura TERRA NOSTRA Iași, 2022

Georgiana Raluca LĂDARU, Diana Maria ILIE, Studiul privind preferințele consumatorilor față de carne și produse din carne, Editura TERRA NOSTRA Iași, 2022

Coordonator	ICEADR București
Adresa de contact	B-dul Marasti nr.61,Sector 1 București, www.iceadr.ro Tel: 0213136087, office@iceadr.ro
Director Proiect	Dr.ing. ILIE Diana Maria E-mail: necula.diana@iceadr.ro

Partener	ASE București
Adresa de contact	Piața Romană nr.6, Sector 1, București, Tel:0213191900, rectorat@ase.ro
Responsabil Proiect	Conf. Univ.dr. LĂDARU Georgiana-Raluca, E-mail: raluca.ladaru@eam.ase.ro