

***STUDIU DE MARKETING PRIVIND PREFERINȚELE
CONSUMATORILOR FAȚĂ DE FRUCTE***

**Diana ILIE
Georgiana-Raluca LĂDARU**

**Editura TERRA NOSTRA
Iași, 2020**

Coperta: Badan Daniela

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
ILIE, DIANA MARIA
Studiu de marketing privind preferințele consumatorilor față de fructe / Diana Maria Ilie, Georgiana-Raluca Lădaru. - Iași : Terra Nostra, 2020
Conține bibliografie
ISBN 978-606-623-120-6

I. Lădaru, Georgiana Raluca

339

© Copyright © 2020, Diana Maria Ilie, Georgiana Raluca Lădaru

Autorii își asumă întreaga responsabilitate pentru ideile exprimate, pentru originalitatea materialului și pentru sursele bibliografice menționate.



**INSTITUTUL DE
CERCETARE
PENTRU ECONOMIA
AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTARE RURALĂ
A.S.A.S BUCUREȘTI**



Lucrarea *“Studiu de marketing privind preferințele consumatorilor față de fructe”* a fost publicată prin finanțarea Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale, pe baza cercetărilor efectuate în cadrul Planului Sectorial de Cercetare-dezvoltare, contract ADER nr. 24.1.1/2019 „ **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**”, încheiat între Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale și Institutul de Cercetare pentru Economia Agriculturii și Dezvoltare Rurală.

Autori:

Diana Maria ILIE– ICEADR București

Georgiana-Raluca LĂDARU –ASE București

CUPRINS

Cuprins

INTRODUCERE	5
1.1. Obiectivele și ipotezele cercetării	6
1.2. Metodologia cercetării	10
1.3. Dimensiunea și structura eșantionului.....	10
1.4. Interpretarea rezultatelor.....	14
1.5. Concluzii	51
1.6. Bibliografie	54
ANEXE	55
LISTA TABELELOR	55
LISTA FIGURILOR	56

INTRODUCERE

Fructele au un rol important în alimentația omului, reprezentând resurse importante de vitamine, minerale, fibre și antioxidanți. Este recomandat consumul zilnic de fructe în vederea unei diete alimentare echilibrate și sănătoase.

În România, potrivit datelor statistice din perioada 2007-2018 se observă că cel mai ridicat consum mediu anual de fructe și produse din fructe s-a înregistrat în anul 2018, cu 110,8 kg/cap locuitor, aceasta fiind cu 58,51 % mai mare decât cel din anul de referință 2007 (69,9 kg/cap loc.), perioadă ce a înregistrat un ritm anual de creștere de 4,28%.

În ultimii ani producția românească de fructe este din ce în ce mai solicitată la nivel național, consumatorii preferând fructele autohtone în detrimentul celor importate.

Printre cele mai consumate fructe la nivel național se regăsesc merele, acestea deținând un procent majoritar de 28,8 % (31,7 kg/cap locuitor) din consumul mediu anual de fructe pe cap de locuitor în 2018, datorită prețurilor per kg mult mai accesibile. Ritmul anual de creștere a consumului mediu per cap de locuitor în cazul merelor, pe perioada luată în studiu este de 2,72 %.

Printre fructele preferate ale românilor se află și fructele meridionale și exotice ce au un parcurs crescător al consumului mediu anual înregistrând în anul 2007- 22,8 Kg/cap de locuitor, iar în anul 2018 un consum de 38,6 kg/cap locuitor, creșterea consumului mediu anual din 2007 față de 2018 fiind de 44,35 %.

Cel mai mic consum mediu anual pe cap de locuitor pentru anul 2018 este înregistrat la caise și zarzăre de 2,3 kg, urmate de consumul de cireșe și vișine cu doar 4,8 kg/cap locuitor.

Ritmul mediu anual cel mai ridicat pe perioada analizată a fost înregistrat în cazul fructelor precum prunele și piersici-nectarine cu 7,82 % și respectiv 8,07 %.

Având în vedere importanța economică deosebită a acestei categorii de produse în alimentație, s-a procedat la realizarea unui studiu care are ca scop determinarea profilului consumatorilor de fructe, pe un eșantion de 676 de respondenți. În acest sens, a fost utilizat un chestionar cu 27 întrebări, din care 26 întrebări închise și 1 întrebare deschisă.

1.1. Obiectivele și ipotezele cercetării

În vederea realizării acestui studiu au fost formulate 22 de obiective, 22 de ipoteze și 27 de întrebări. Obiectivele și ipotezele cercetării sunt:

Tabelul 1.1. - Obiectivele și ipotezele cercetării

Obiective	Ipoteze	Întrebări
Identificarea ponderii principalelor categorii de produse agroalimentare în alimentația populației	20% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe cereale și produse din cereale 70% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe carne și produse din carne 60% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe lapte și produse lactate 20% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe pește 70% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe fructe 60% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe legume	1. Pe ce se bazează alimentația dvs.? <ul style="list-style-type: none"> • cereale și produse din cereale • carne și produse din carne • lapte și produse lactate • pește • legume • fructe
Determinarea frecvenței de cumpărare a fructelor, în funcție de sezon	25% dintre respondenți achiziționează zilnic fructe în sezonul cald 50% dintre respondenți achiziționează o dată pe săptămână fructe în sezonul rece	2. Cu ce frecvență cumpărați fructe? <ul style="list-style-type: none"> • zilnic • de 2-3 ori pe săptămână • dată pe săptămână • ocazional
Stabilirea frecvenței surselor de aprovizionare cu fructe	20% dintre respondenți au producția proprie ca sursă principală de aprovizionare a fructelor 50% dintre respondenți au piețele agroalimentare ca sursă principală de aprovizionare a fructelor	3. Care este sursa de aprovizionare a fructelor pe care le consumați? <ul style="list-style-type: none"> • producția proprie • producători agricoli • piețe agroalimentare • magazine de proximitate supermarket/hipermarket • magazine online en-gross
Identificarea importanței criteriilor de alegere a locului	50% dintre respondenți consideră disponibilitatea	4. Ce importanță au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a fructelor menționat anterior ca

preferat de achiziție a fructelor	fructelor proaspete ca principal criteriu în alegerea locului preferat de achiziție a fructelor	fiind frecvent, pe o scală de la 1 la 6? (1 - cel mai important factor, 6 - cel mai puțin important factor). <ul style="list-style-type: none"> • apropierea de casă • diversitatea sortimentală • prețurile accesibile practicate • produse proaspete disponibile • produse ecologice disponibile • calitatea superioară a fructelor
Determinarea sumei alocate săptămânal pentru cumpărarea fructelor	40% dintre respondenți alocă, în medie, săptămânal, între 26 și 50 lei pentru achiziția fructelor, indiferent de sezon	5. Ce sumă alocați în medie, săptămânal, pentru cumpărarea fructelor? <ul style="list-style-type: none"> • < 10 lei • 11-25 lei • 26-50 lei • 51-100 lei • > 100 lei
Identificarea importanței criteriilor care influențează decizia de cumpărare a fructelor	40% dintre respondenți consideră aspectul ca principal criteriu în decizia de cumpărare a fructelor	6. Acordați o notă de la 1 la 5 următoarelor criterii în decizia de cumpărare a fructelor? (1 - cel mai important factor) <ul style="list-style-type: none"> • Aspect • Culoare • Gust • Preț • Prospețime
Determinarea opiniei respondenților privind diferite afirmații referitoare la decizia de cumpărare a fructelor	35% dintre respondenți preferă să cumpere fructe la un preț mai mare, care să aibă o calitate mai ridicată	7. Care este opinia dvs. în legătură cu următoarele afirmații referitoare la decizia de cumpărare a fructelor? <ul style="list-style-type: none"> • Prefer să cumpăr fructe din import la un preț mai avantajos. • Prefer să cumpăr fructe românești la un preț mai mare. • Prefer să cumpăr fructe la un preț mai redus indiferent de calitatea și proveniența acestora. • Prefer să cumpăr fructe la un preț mai mare, la o calitate mai ridicată.
Identificarea importanței acordate diferiților factori în decizia de cumpărare a fructelor	60% dintre respondenți consideră calitatea drept principal criteriu în decizia de cumpărare a fructelor	8. Notați în ordinea importanței, factorii care determină decizia de cumpărare a fructelor (unde 1 este cel mai important factor, iar 6 cel mai puțin important factor). <ul style="list-style-type: none"> • locul unde au fost produse (livadă, seră/solar) • modul de realizare (convențional/ecologic) • prețul • calitatea • țara de proveniență a produsului • ofertele promoționale
Determinarea preferințelor respondenților în ceea ce privește consumul de fructe	90% dintre respondenți preferă în consum fructele proaspete	9. Care este ordinea preferințelor dvs. în ceea ce privește consumul de fructe (unde 1 este principala preferință)? <ul style="list-style-type: none"> • în stare proaspătă • conservate (compot, dulceață etc.) • congelate/deshidratate
Identificarea frecvenței de consum a fructelor în stare proaspătă	40% dintre respondenți consumă zilnic fructe proaspete	10. Care este frecvența cu care consumați fructe în stare proaspătă? <ul style="list-style-type: none"> • zilnic • de 2-3 ori pe săptămână • dată pe săptămână • ocazional

Determinarea frecvenței de consum a diferitelor categorii de fructe	90% dintre respondenți consumă mult banane, portocale și mandarine	11. Cum apreciați consumul următoarelor fructe în alimentația dvs.: <ul style="list-style-type: none"> • Mere • Pere • Prune • Piersici • Nectarine • Cireșe și vișine • Caise • Căpșuni • Banane • Portocale și mandarine • Kiwi • Struguri
Identificarea sursei de proveniență a fructelor consumate	60% dintre respondenți consumă multe fructe de proveniență românească	12. Consumul dvs. se bazează, în principal, pe fructe: <ul style="list-style-type: none"> • de proveniență românească • provenite din import
Determinarea atributelor care sunt apreciate la fructele de proveniență românească	60% dintre respondenți apreciază gustul mai bun al fructelor de proveniență românească	13. Ce apreciați la fructele de proveniență românească? <ul style="list-style-type: none"> • un gust mai bun • conținut redus de substanțe chimice • sunt mai sănătoase
Determinarea gradului de acoperire al necesităților cu fructe din punct de vedere al diversității	50% dintre respondenți au un grad bun de acoperire al necesităților cu fructe din punct de vedere al diversității sortimentale	14. Gradul de acoperire al necesităților dumneavoastră cu fructe, din punct de vedere al diversității sortimentale, este: <ul style="list-style-type: none"> • Nesatisfăcător • Satisfăcător • Bun • Foarte bun
Identificarea opiniei respondenților referitoare la prețurile practicate pentru fructele în stare proaspătă în raport cu calitatea	80% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate de producătorii agricoli pentru fructele în stare proaspătă	15. Cum considerați prețurile practicate pentru fructele în stare proaspătă în raport cu calitatea? <ul style="list-style-type: none"> • producătorii agricoli • piețele agroalimentare • magazinele de proximitate • supermarket/hipermarket • magazinele online • en-gros
Determinarea măsurii în care respondenții sunt dispuși să plătească prețuri mai mari	30% dintre respondenți sunt dispuși să cumpere fructe la prețuri mai mari dacă au o calitate superioară	16. Sunteți dispus să cumpărați fructe la prețuri mai mari dacă: <ul style="list-style-type: none"> • sunt produse și certificate ecologic • au o calitate superioară • sunt de proveniență autohtonă • altele:
Identificarea procentului de fructe cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi	50% dintre respondenți aruncă sub 10% din fructele cumpărate indiferent de sezon	17. Care este procentul de fructe cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de sezon? sub 10% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70%
Identificarea surselor de informare utilizate privind alimentația sănătoasă	50% dintre respondenți apelează la internet ca sursă principal de informare referitoare la o alimentație sănătoasă	<ul style="list-style-type: none"> • 18. Care sunt sursele principale de informare referitoare la o alimentație sănătoasă? (mai multe răspunsuri posibile) • T.V • Radio • Internet

		<ul style="list-style-type: none"> • Alte surse
Determinarea opiniei respondenților privind utilitatea informării în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de fructe	90% dintre respondenți consideră utilă informarea în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de fructe	19. Considerați utilă informarea în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de fructe? <ul style="list-style-type: none"> • Da • Nu
Identificarea recomandărilor respondenților față de producătorii de fructe	Marea majoritate a respondenților recomandă asocierea producătorilor de fructe în vederea creșterii puterii de negociere în relația cu marea distribuție.	20. Aveți recomandări față de producătorii de fructe? Dacă răspunsul este afirmativ, vă rugăm să le menționați.
Determinarea profilului consumatorilor de fructe		21. Genul dvs.: feminin masculin
		22. Vârsta: 15-19 ani 20-24 ani 25-29 ani 30-34 ani 35-39 ani 40-44 ani 45-49 ani 50-54 ani 54-59 ani 60-64 ani 65-69 ani 70 ani și peste
		23. Mediul de reședință: urban rural
		24. Județul de domiciliu:
		25. Nivelul studiilor: studii primare studii gimnaziale studii liceale studii postliceale studii superioare
		26. Ocupația: Salariat În căutarea unui loc de muncă Patron Șomer Pensionar Altele:
		27. Venitul mediu lunar al dvs.: < 1.000 lei 1.001 - 2.000 lei 2.001 - 3.000 lei 3001- 4000 lei 4.001-5000 lei 5001-6000 lei > 6000 lei

Sursa: conceptualizarea autorilor

1.2. Metodologia cercetării

În ceea ce privește metoda de culegere a informațiilor a fost utilizată ancheta cantitativă, prin intermediul tehnicii de investigare structurate cu ajutorul chestionarului autoadministrat. Ca metodă de eșantionare a fost utilizată eșantionarea de conveniență prin metoda “bulgărelui de zăpadă”.

În vederea stabilirii mărimii eșantionului a fost utilizată Metoda Taro Yamane, conform căreia:

$n = N / (1 + N * e^2)$, în care:

n – dimensiunea eșantionului,

N – dimensiunea populației totale,

e – eroarea acceptată

Pentru o populație totală cu 17.592.625 persoane vârsta de peste 15 ani (populația României în anul 2020), dimensiunea eșantionului este de 625 de persoane, utilizând o eroare de 4%.

Chestionarul cuprinde 27 întrebări, din care 26 întrebări închise și 1 întrebare deschisă. După ce a fost elaborat, chestionarul a fost testat la cincisprezece persoane, pentru a culege feed-back privind înțelegerea întrebărilor și a îmbunătăți, astfel, calitatea cercetării.

Variabilele utilizate în studierea pieței fructelor sunt:

- variabile dependente: preferințele consumatorilor pentru fructe

- variabile independente: genul, vârsta, mediul de reședință, nivelul studiilor, ocupație și venit.

1.3. Dimensiunea și structura eșantionului

Dimensiunea eșantionului a fost de 676 respondenți.

Din punct de vedere al vârstei, 75,4% persoane sunt de gen feminin și 24,6% persoane sunt de gen masculin, așa cum este prezentat în figura următoare:

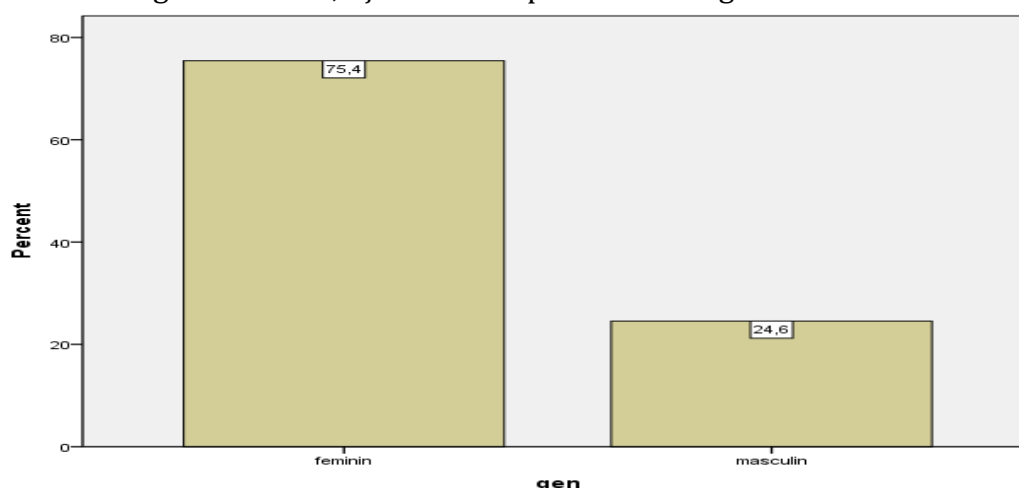


Figura 1.1. - Structura eșantionului în funcție de gen

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Din punct de vedere al vârstei, 65,2% dintre respondenți au vârsta de până la 29 ani, 29,9% dintre respondenți au vârsta cuprinsă între 30 și 49 ani, respectiv 4,9% dintre respondenți au vârsta de peste 50 de ani, așa cum este prezentat în figura următoare:

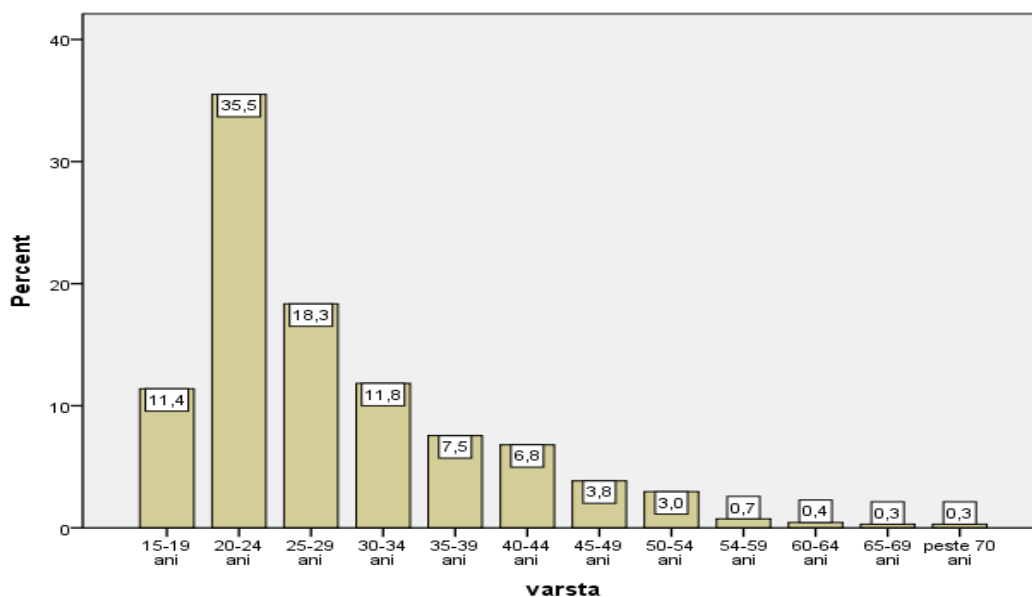


Figura 1.2. - Structura eșantionului în funcție de vârstă

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Din punct de vedere al mediului de reședință, 72,6% persoane sunt din mediul urban și 27,4% persoane sunt din mediul rural, așa cum este prezentat în figura următoare:

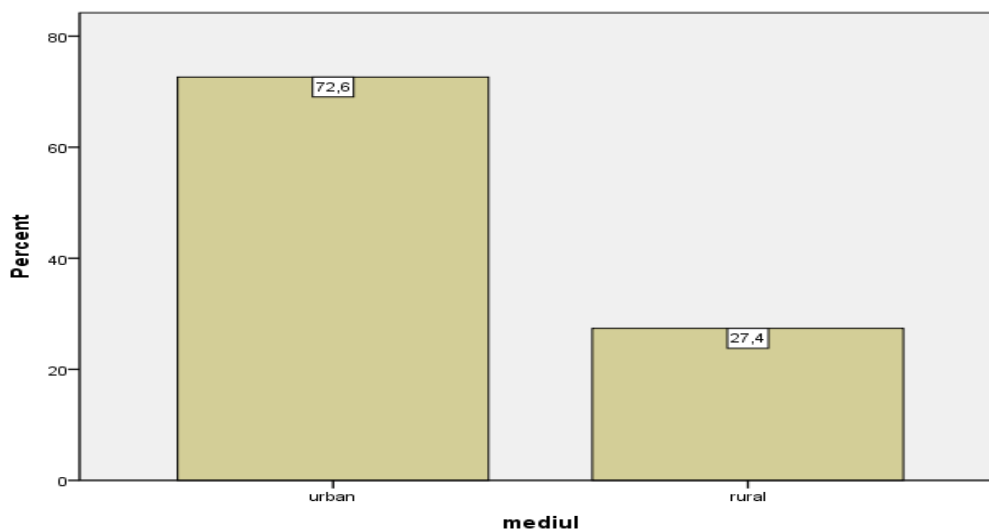


Figura 1.3. - Structura eșantionului în funcție de mediul de reședință

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Din punct de vedere al județului de domiciliu, la această cercetare au participat respondenți din 32 de județe. 5 județe au participat cu 69,9%, respectiv București

(40,4%), Prahova (8,3%), Giurgiu (7,8%), Ilfov (7,8%) și Argeș (5,6%), așa cum este prezentat în figura următoare:

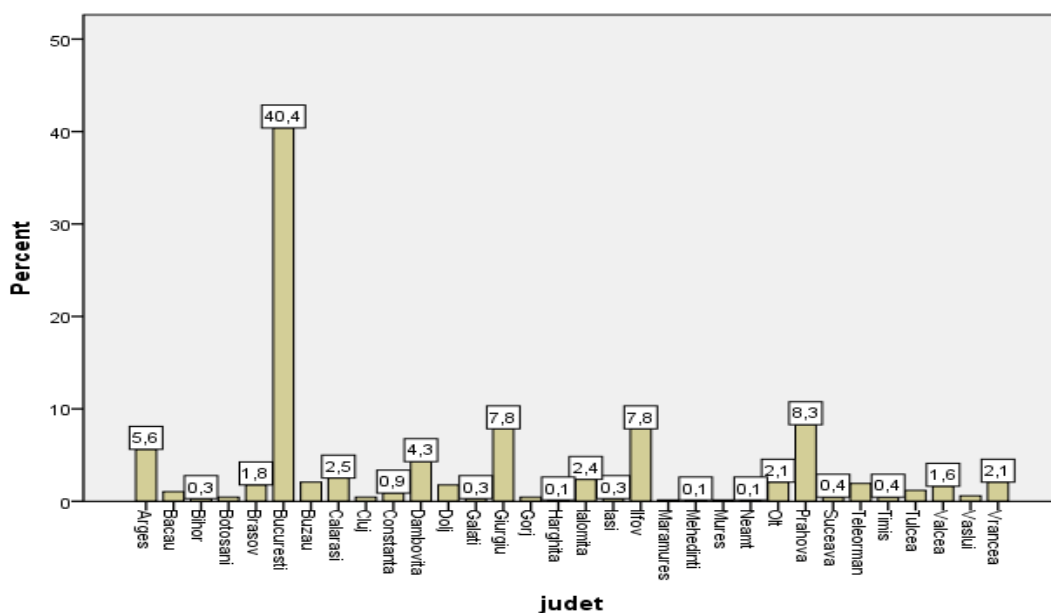


Figura 1.4. - Structura eșantionului în funcție de județul de domiciliu

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Din punct de vedere al nivelului studiilor, 80,5% au studii superioare, respectiv 17,0% au studii liceale, așa cum este prezentat în figura următoare:

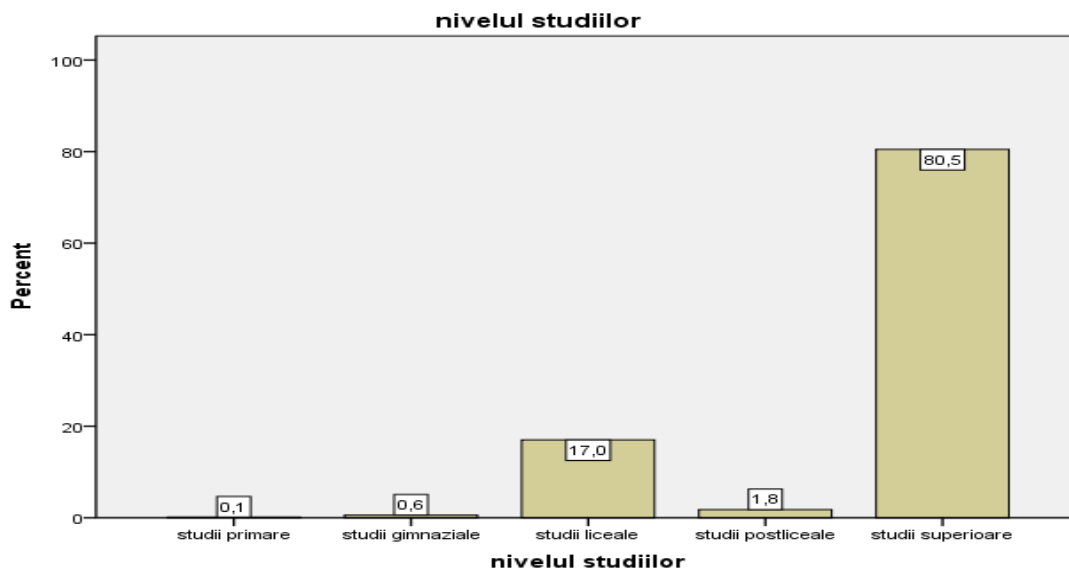


Figura 1.5. - Structura eșantionului în funcție de nivelul studiilor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Din punct de vedere al ocupației, 60,1% sunt salariați, respectiv 25,7% sunt elevi/studenți, așa cum este prezentat în figura următoare:

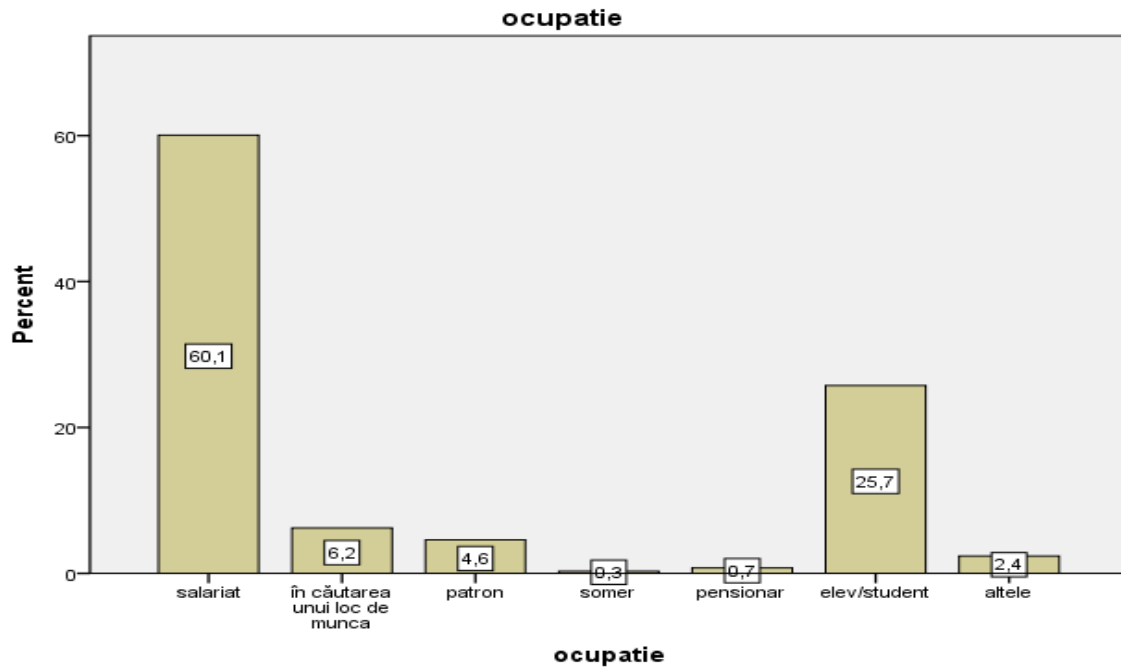


Figura 1.6. - Structura eșantionului în funcție de ocupație

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Din punct de vedere al venitului lunar, 22,6% au venituri cuprinse între 2001-3000 lei, respectiv 21,3% au un venit sub 1000 lei, așa cum este prezentat în figura următoare:

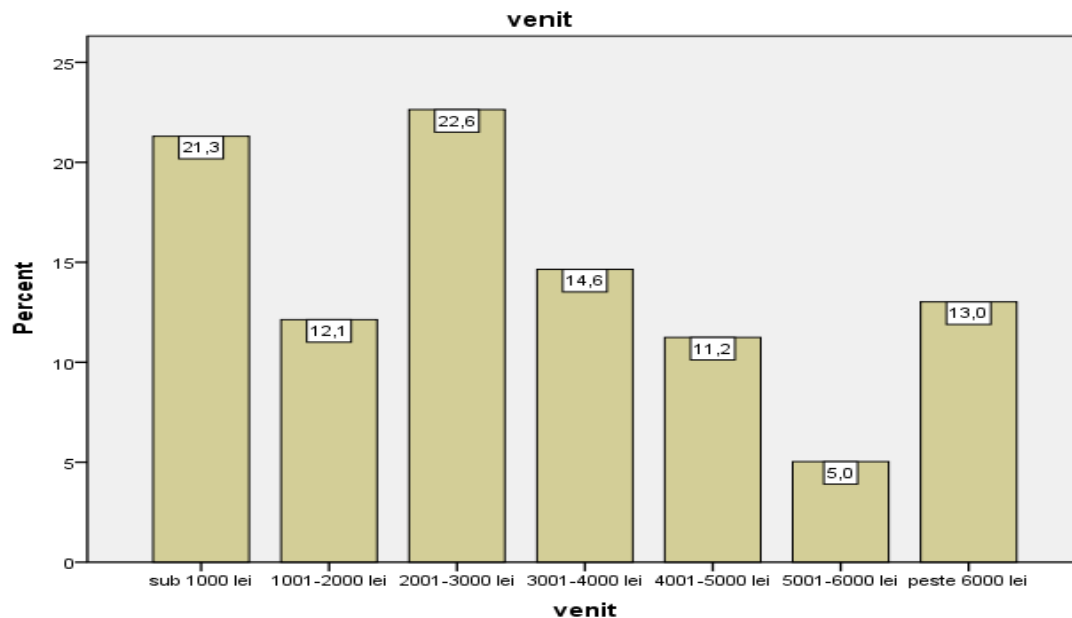


Figura 1.7. - Structura eșantionului în funcție de nivelul venitului

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

1.4. Interpretarea rezultatelor

Prima întrebare a chestionarului, "Pe ce se bazează alimentația dvs.?", este generală și vizează ponderea principalelor categorii de produse care stau la baza consumului respondenților, și anume: cereale și produse din cereale, carne și produse din carne, lapte și produse din lapte, pește, legume și fructe.

Toate aceste categorii de produse au fost plasate pe o scală cu cinci trepte, respectiv: deloc, foarte puțin, puțin, mult și foarte mult.

Dacă ne referim la *cereale și produse din cereale*, se remarcă faptul că 4,3% dintre respondenți nu consumă deloc, 21,4% dintre respondenți consumă foarte puțin, 44,1% dintre respondenți consumă puțin, 25,4% dintre respondenți consumă mult și 4,8% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:

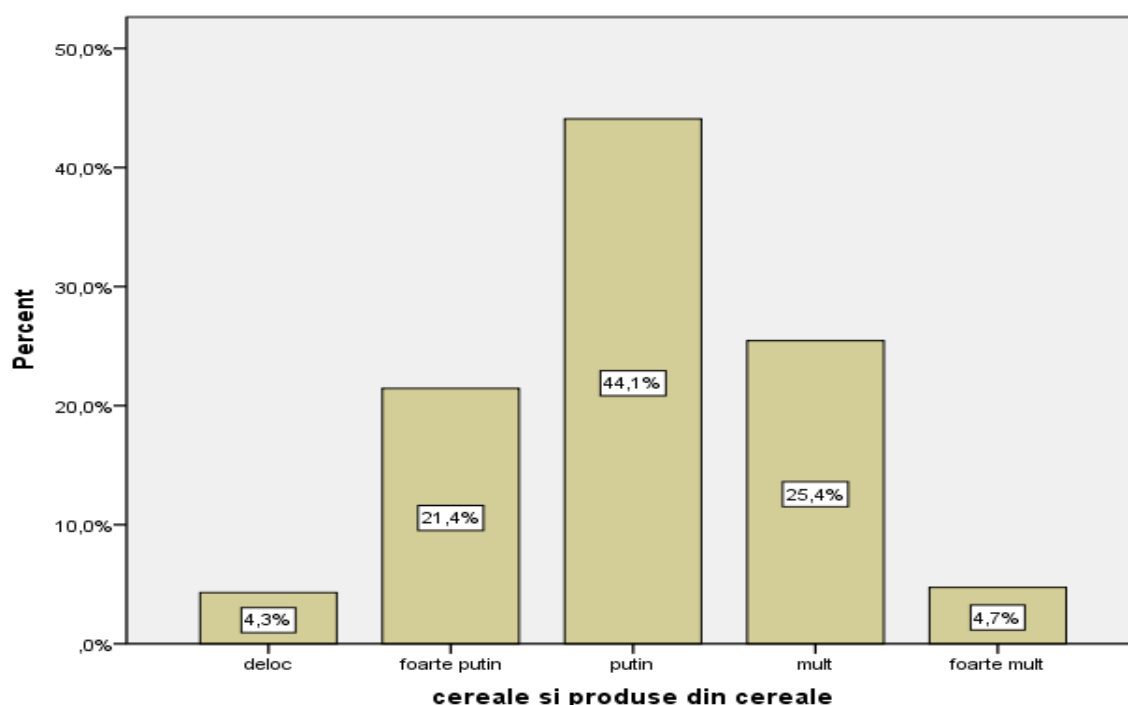


Figura 1.8. - Structura consumului de cereale și produse din cereale

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la *carne și produse din carne*, se remarcă faptul că 2,2% dintre respondenți nu consumă deloc, 4,0% dintre respondenți consumă foarte puțin, 18,9% dintre respondenți consumă puțin, 50,0% dintre respondenți consumă mult și 24,9% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:

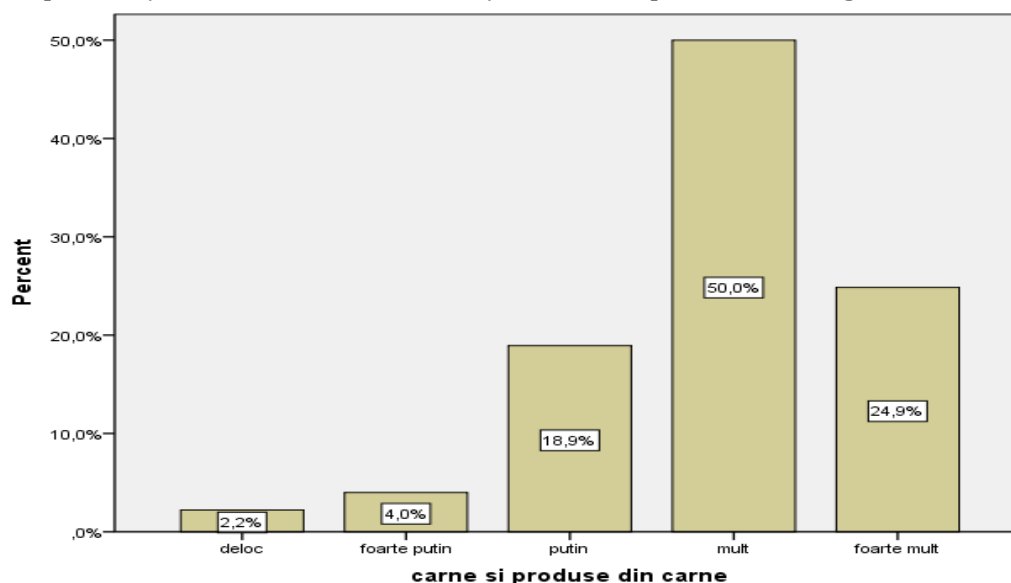


Figura 1.9. - Structura consumului de carne și produse din carne

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la *lapte și produse din lapte*, se remarcă faptul că 1,6% dintre respondenți nu consumă deloc, 8,4% dintre respondenți consumă foarte puțin, 27,7% dintre respondenți consumă puțin, 47,2% dintre respondenți consumă mult și 15,1% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:

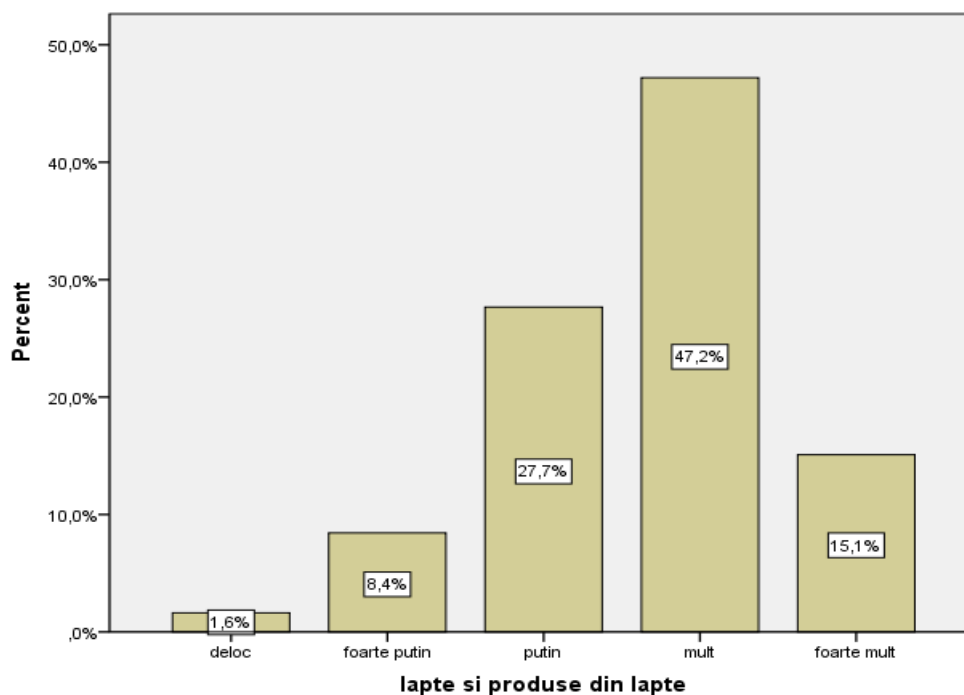


Figura 1.10. - Structura consumului de lapte și produse din lapte

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la *pește*, se remarcă faptul că 8,4% dintre respondenți nu consumă deloc, 32,8% dintre respondenți consumă foarte puțin, 39,9% dintre respondenți consumă puțin, 16,4% dintre respondenți consumă mult și 2,5% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:

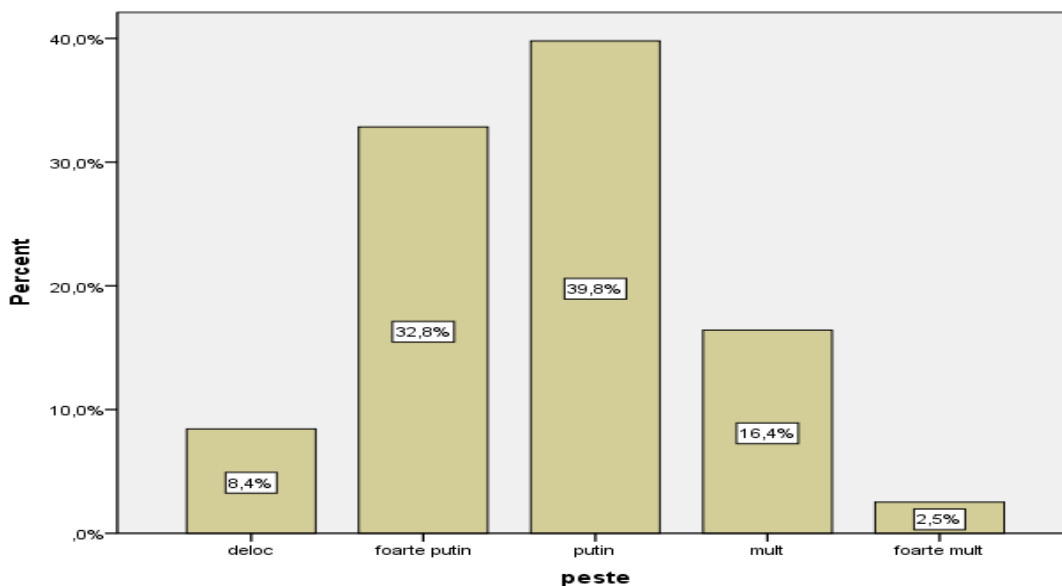


Figura 1.11. - Structura consumului de pește

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la *legume*, se remarcă faptul că nu există nici o persoană care să nu consume legume. De asemenea, 4,7% dintre respondenți consumă foarte puțin, 23,1% dintre respondenți consumă puțin, 48,8% dintre respondenți consumă mult și 23,4% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:

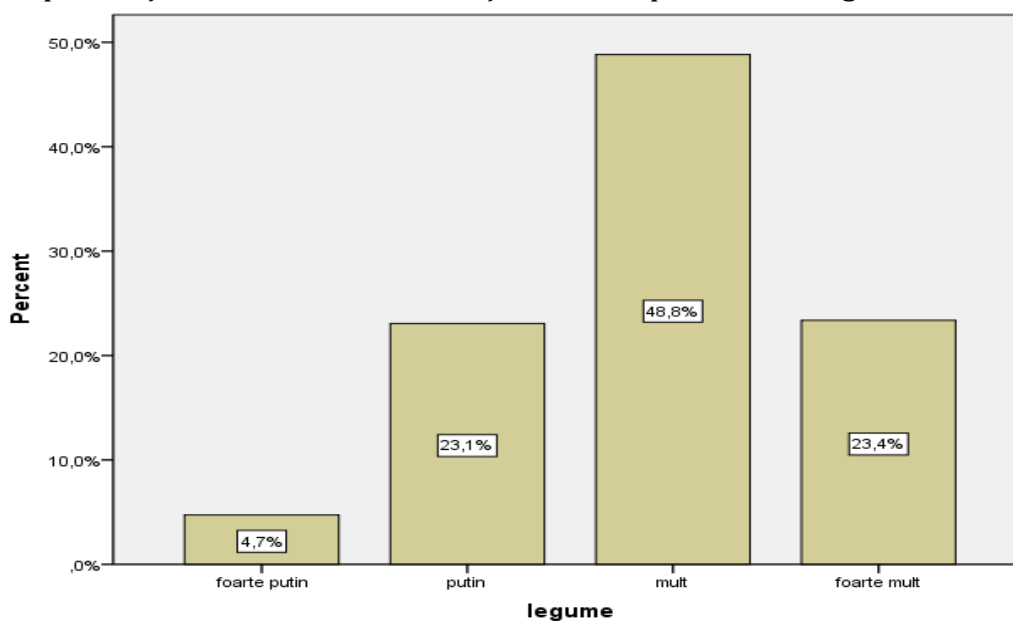


Figura 1.12. - Structura consumului de legume

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la *fructe*, se remarcă faptul că 0,6% dintre respondenți nu consumă deloc, 7,3% dintre respondenți consumă foarte puțin, 29,1% dintre respondenți consumă puțin, 39,9% dintre respondenți consumă mult și 23,1% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:

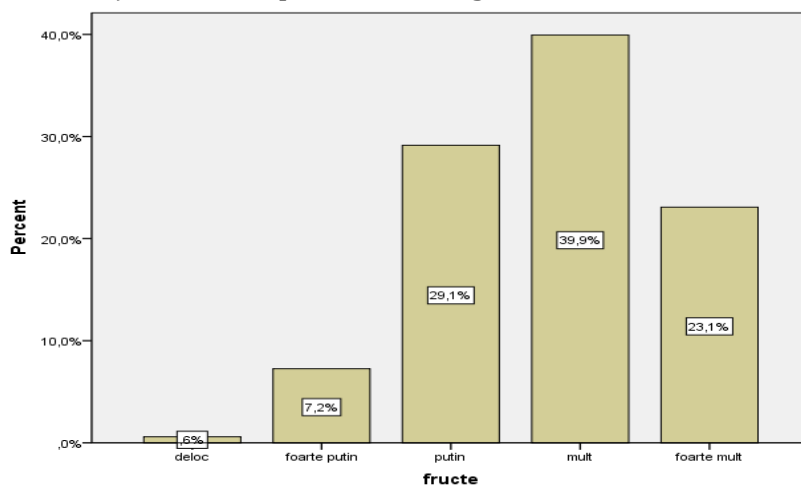


Figura 1.13. - Structura consumului de fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

În funcție de gen, 66,9% din femeile interviewate și 51,2% dintre bărbați preferă în consum fructele, așa cum rezultă din figura următoare:

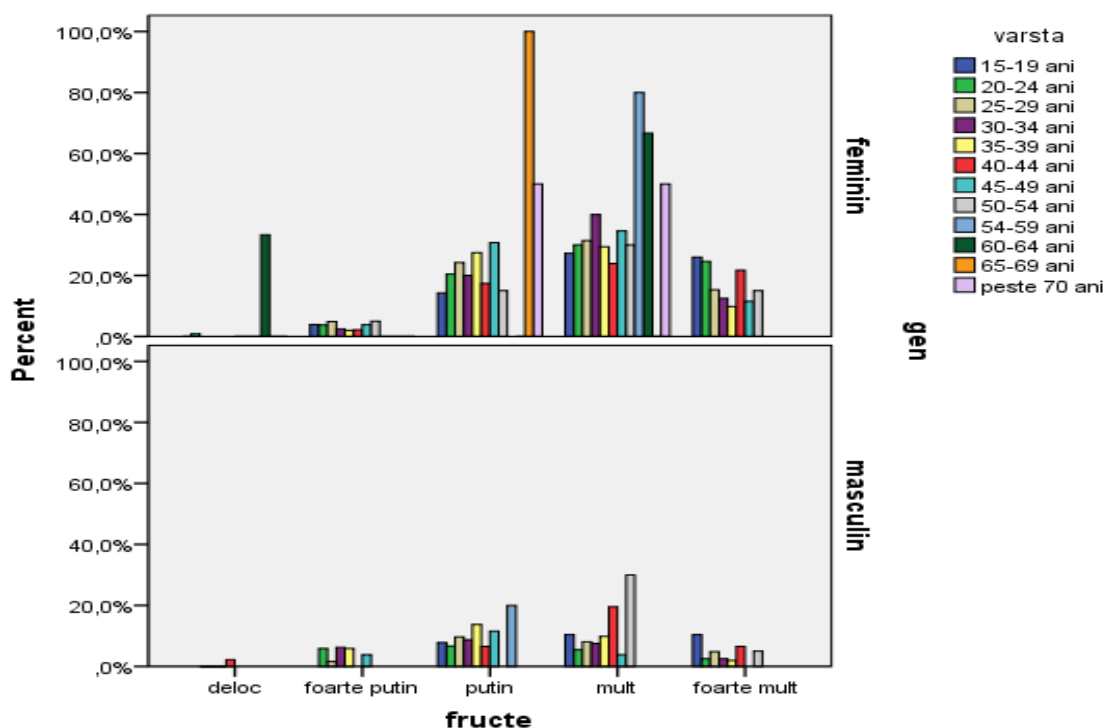


Figura 1.14. - Structura consumului de fructe în funcție de gen și vârstă

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, 35-45% din persoanele cu vârsta cuprinsă între 15-49 ani și 50% dintre persoanele cu vârsta peste 50 ani consumă multe fructe. În plus, tinerii cu vârstă cuprinsă între 15-24 ani consumă foarte multe fructe într-o proporție de 27-37%.

În funcție de mediul de reședință, 61,1% din persoanele din mediul urban și 68,1% din persoanele din mediul rural preferă în consum fructele, așa cum rezultă din figura următoare:

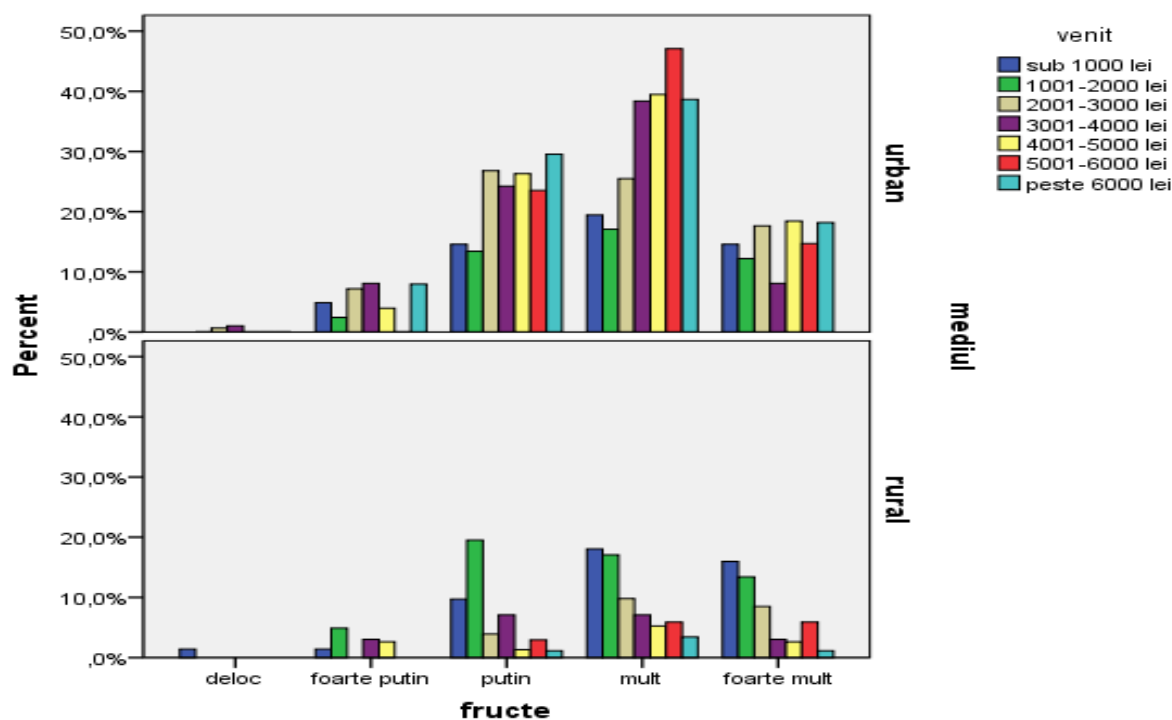


Figura 1.15. - Structura consumului de fructe în funcție de mediul de reședință și venit

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la venit, se observă faptul că pe măsură ce crește venitul, crește și cantitatea de fructe consumate, în sensul în care aproximativ 35,0% din persoanele cu un venit sub 3000 lei și peste 42,0% din persoanele cu un venit de peste 3000 lei consumă mult fructe. În rândul celor care consumă foarte multe fructe, situația se schimbă, în sensul în care sunt 30,6% dintre respondenți cu un venit sub 1000 lei, respectiv 19,3% din cei cu un venit peste 6000 lei.

Referitor la **cea de a doua întrebare**, „Cu ce frecvență cumpărați fructe?”, care vizează frecvența de cumpărare a fructelor, se observă faptul că sezonabilitatea producției de fructe își pune amprenta asupra rezultatelor, în sensul în care:

- în sezonul cald: 22% dintre persoane achiziționează fructe zilnic, 24,8% de 2-3 ori pe săptămână, 16,3% 1 dată pe săptămână și 19,1% ocazional;
- în sezonul rece: 3,7% dintre persoane achiziționează fructe zilnic, 22,8% de 2-3 ori pe săptămână, 47,7% 1 dată pe săptămână și 53,9% ocazional;

De asemenea, sunt și persoane care nu sunt influențate de sezon, și anume: 7,1% dintre persoane achiziționează fructe zilnic, 24,0% de 2-3 ori pe săptămână, 22,3% 1 dată

pe săptămână și 27,0% ocazional, indiferent de sezon, așa cum se poate observa din figura următoare:

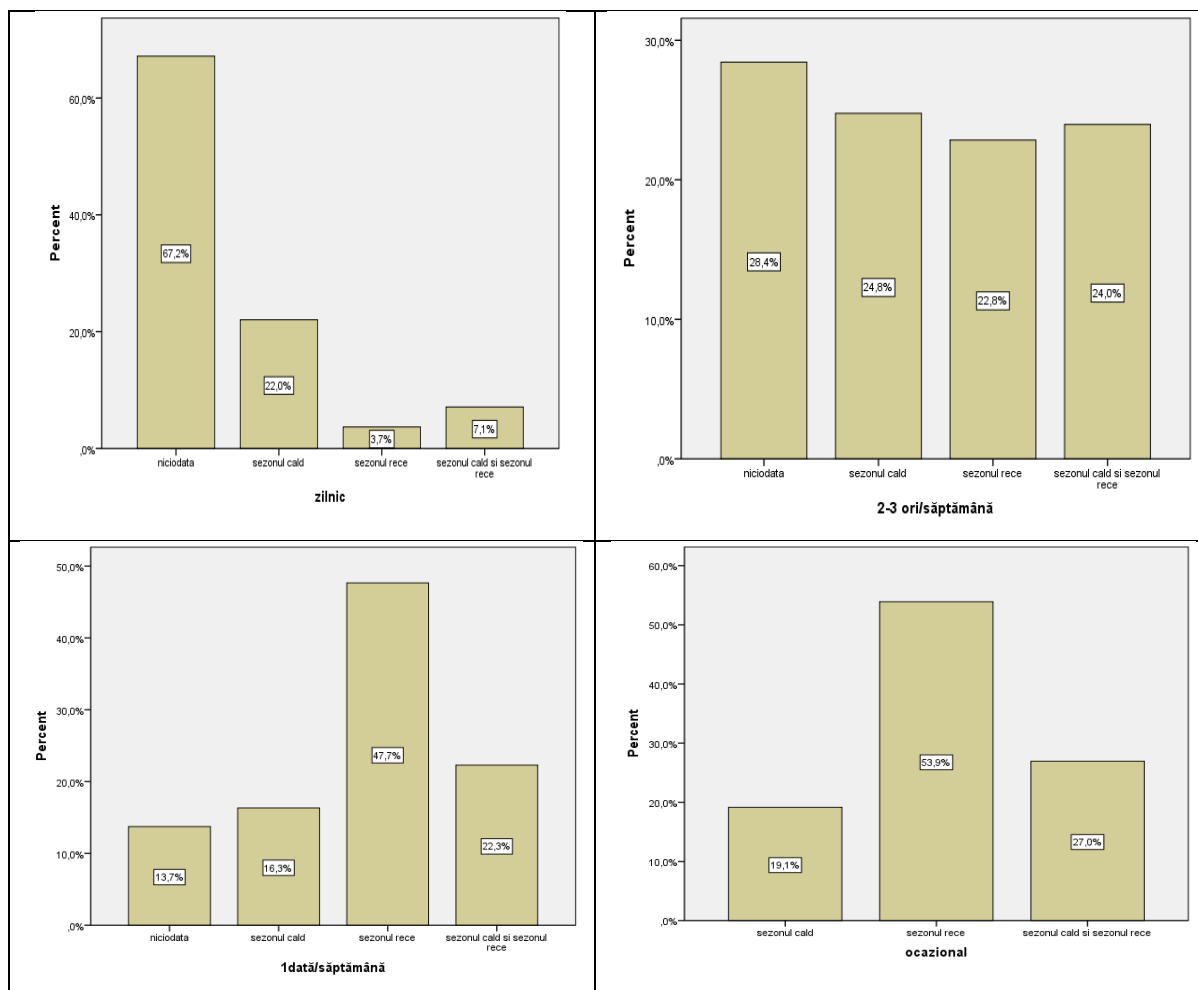


Figura 1.16. - Structura frecvenței de cumpărare a fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la venit, se remarcă faptul că o pondere semnificativă a celor care nu achiziționează zilnic fructe sunt cei cu venituri de peste 4000 lei, respectiv: 75,0% din cei care au un venit cuprins între 40001-5000 lei, 64,7% din cei care au un venit cuprins între 5001-6000 lei și 71,6% din cei care au un venit de peste 6000 lei.

În cazul celor care achiziționează fructe de 2-3 ori/săptămână, în sezonul cald, regăsim între 21,0% și 31,0% dintre respondenți, indiferent de venit, cu excepția celor cu venit cuprins între 3001 și 4000 lei, care sunt într-un procent de 16,7%.

În cazul celor care achiziționează fructe 1 dată pe săptămână, în sezonul rece, regăsim între 45,0% și 55,0% dintre respondenți, indiferent de venit, cu excepția celor cu venit cuprins sub 1000 lei, care sunt într-un procent de 41,0%.

În cazul celor care achiziționează fructe ocazional, indiferent de sezon, regăsim între 25,0% și 35,0% dintre respondenți, indiferent de venit, cu excepția celor cu venit cuprins sub 3001-4000 lei (23,1%), 4001-5000 lei (18,8%) și peste 6000 lei (13,3%).

Referitor la **cea de a treia întrebare**, „Care este sursa de aprovizionare a fructelor pe care le consumați?”, care vizează sursa de aprovizionare a fructelor, se observă faptul că producția internă:

- nu reprezintă o sursă de aprovizionare pentru 37,9% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 22,8% dintre respondenți, respectiv pentru 20-28% din cei cu venituri sub 4000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 18,8% dintre respondenți, respectiv pentru 14-28% din cei cu venituri sub 3000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 12,9% dintre respondenți, respectiv pentru 13-19% din cei cu venituri sub 4000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 7,7% dintre respondenți, respectiv pentru 10,5% din cei cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei și 14,7% din cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei.

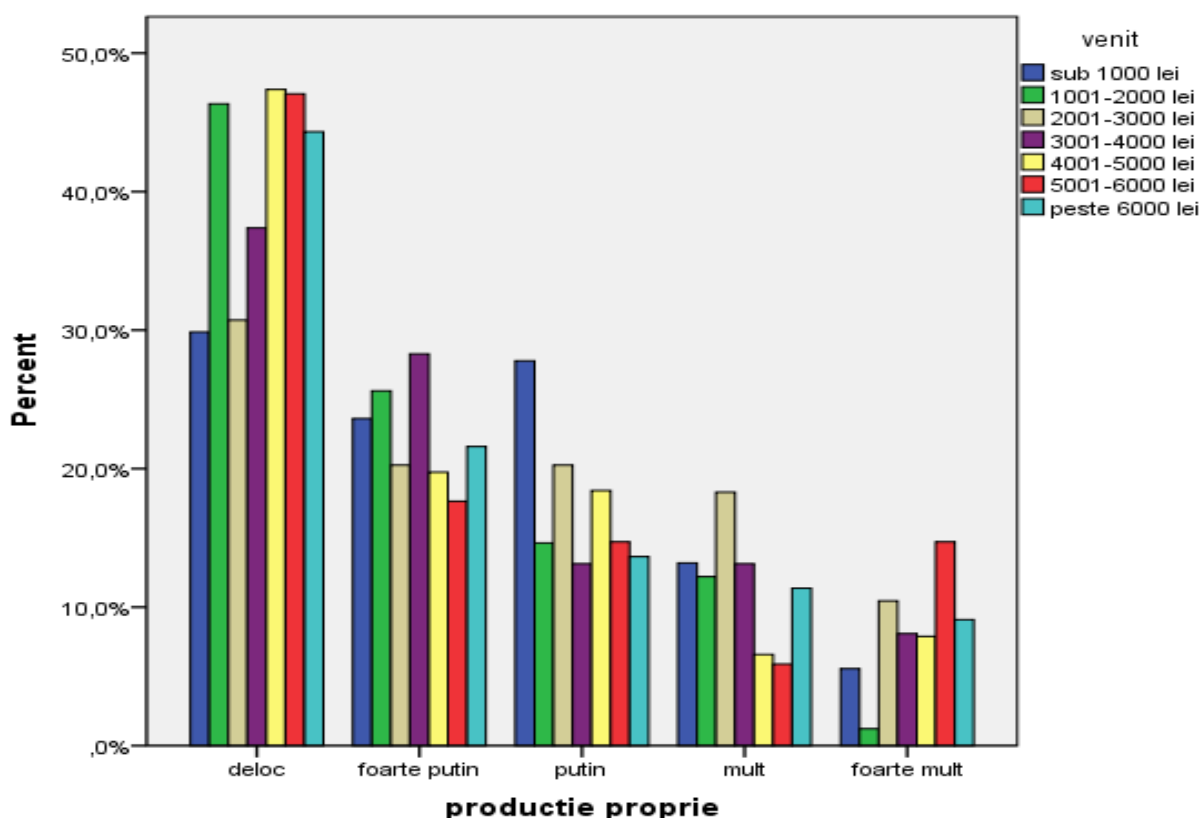


Figura 1.17. - Structura respondenților care aleg producția proprie ca sursă de aprovizionare a fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

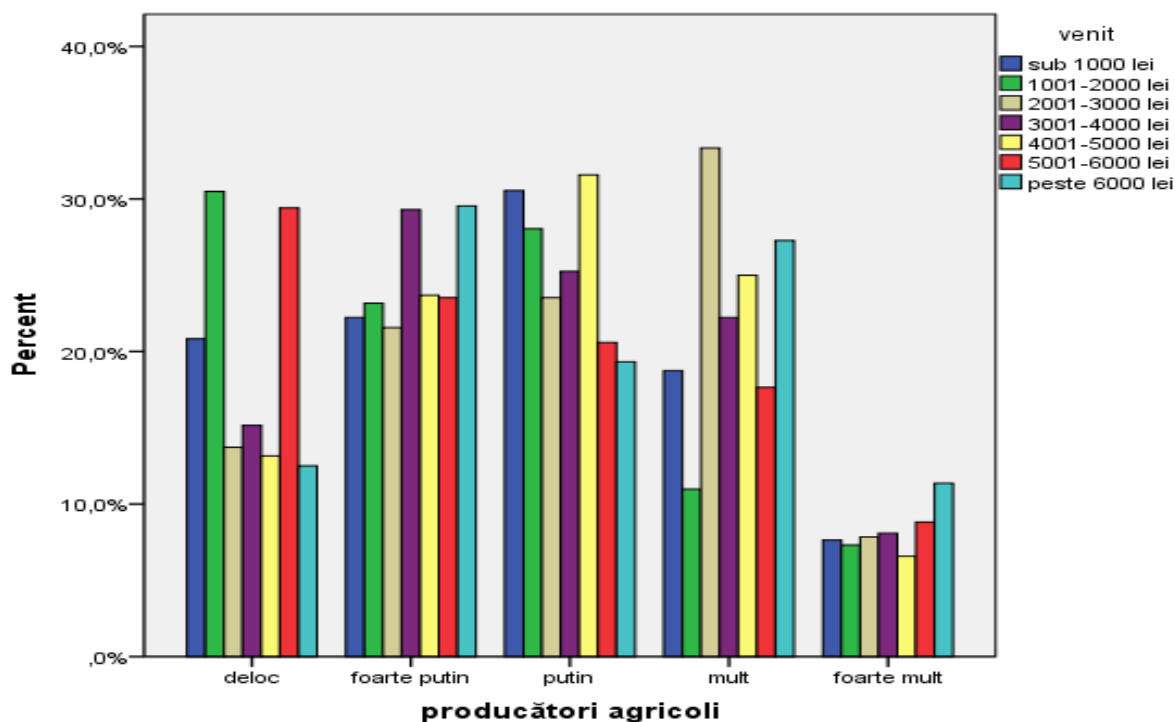


Figura 1.18. - Structura respondenților care aleg producătorii agricoli ca sursă de aprovizionare cu fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la producătorii agricoli:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 18,0% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 24,4% dintre respondenți, respectiv pentru 29,3% din cei cu venituri între 3001-4000 lei și pentru 29,5% din cei cu venituri de peste 6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 26,0% dintre respondenți, respectiv pentru 30,6% din cei cu venituri sub 1000 lei și 31,6% din cei cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 23,4% dintre respondenți, respectiv pentru 33,3% din cei cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei și 27,3% din cei cu venituri peste 6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 8,1% dintre respondenți, respectiv pentru 8,8% din cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei și 11,4% din cei cu venituri peste 6000 lei.

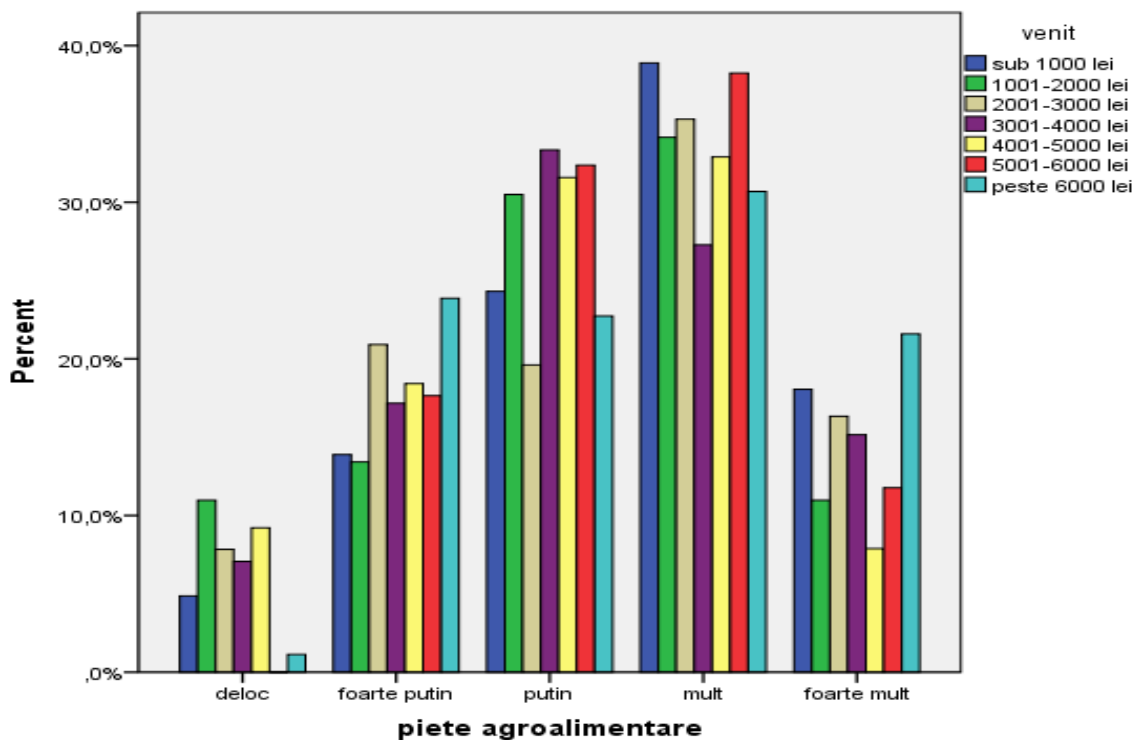


Figura 1.19. - Structura respondenților care aleg piețele agroalimentare ca sursă de aprovizionare cu fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la piețele agroalimentare:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 6,4% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 17,9% dintre respondenți, respectiv pentru 20,9% din cei cu venituri între 2001-3000 lei și pentru 23,9% din cei cu venituri de peste 6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 26,3% dintre respondenți, respectiv pentru 31,0-34,0% din cei cu venituri cuprinse între 3001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 34,0% dintre respondenți, respectiv pentru 35,0-39,0% din cei cu venituri sub 1000 lei, între 2001-3000 lei și 5001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 15,4% dintre respondenți, respectiv pentru 18,1% din cei cu venituri sub 1000 lei și 21,6% din cei cu venituri peste 6000 lei.

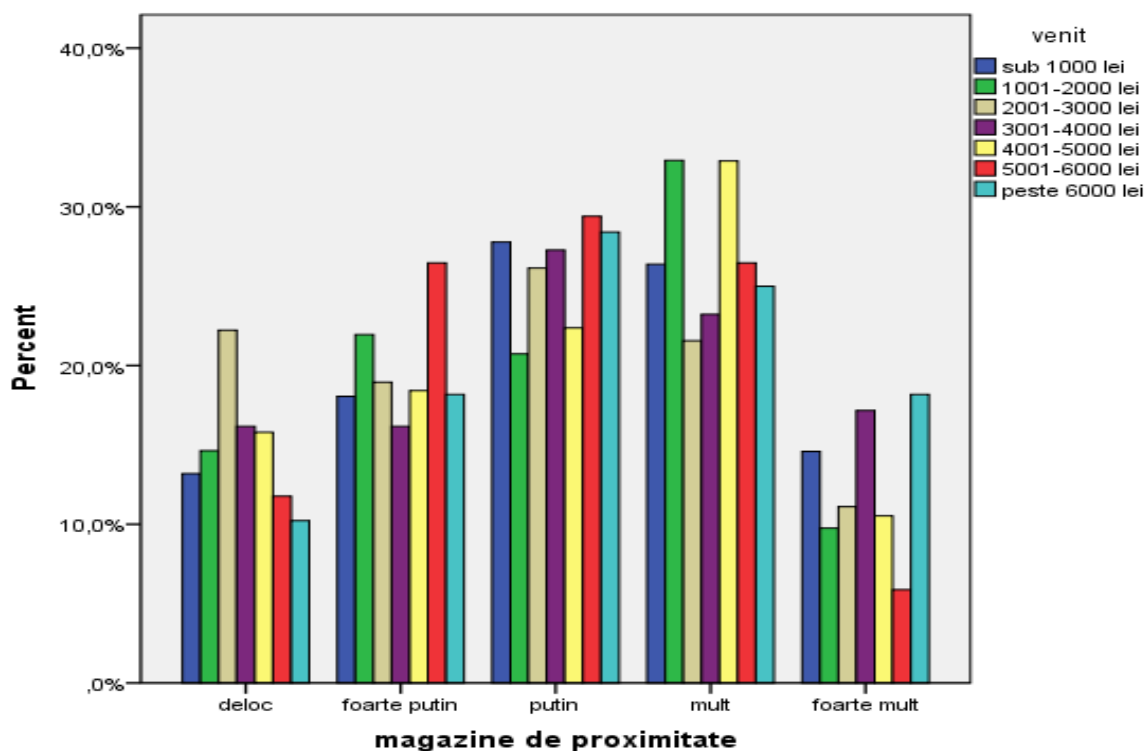


Figura 1.20. - Structura respondenților care aleg magazinele de proximitate ca sursă de aprovizionare cu fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

În ceea ce privește magazinele de proximitate:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 15,7% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 18,9% dintre respondenți, respectiv pentru 26,5% din cei cu venituri între 5001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 26,0% dintre respondenți, respectiv pentru 28,0-30,0% din cei cu venituri peste 5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 26,2% dintre respondenți, respectiv pentru 32,9% din cei cu venituri între 1001-2000 lei și 4001-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 13,2% dintre respondenți, respectiv pentru 17,2% din cei cu venituri între 3001-4000 lei și 18,2% din cei cu venituri peste 6000 lei.

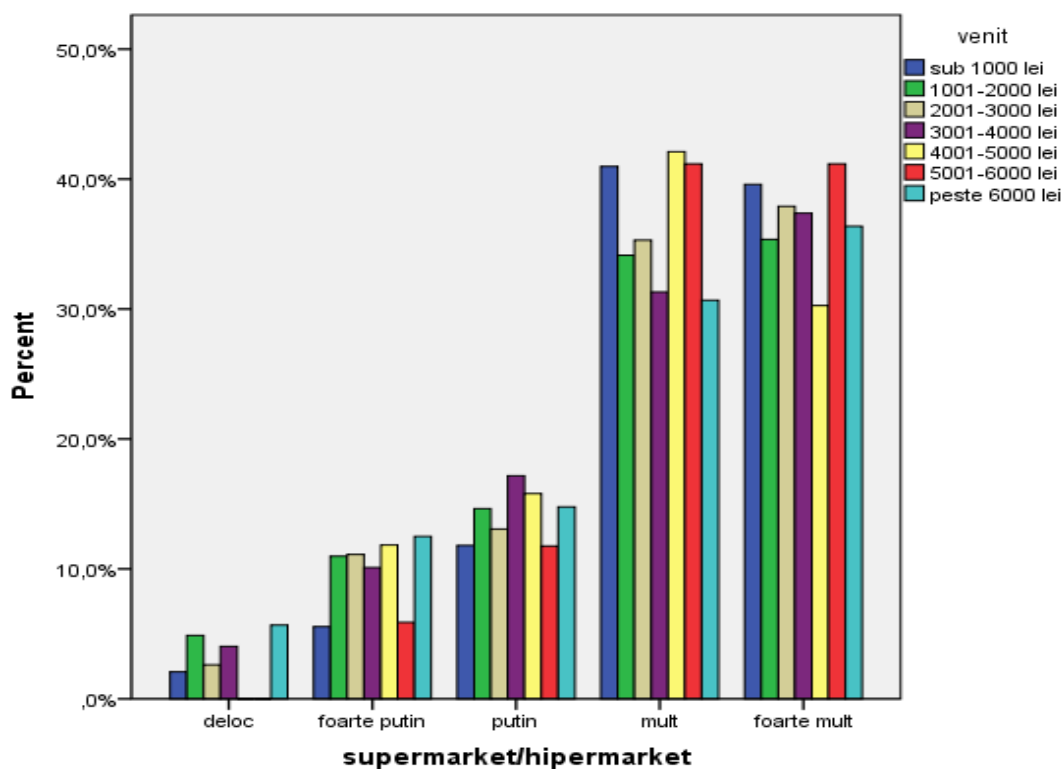


Figura 1.21. - Structura respondenților care aleg supermarketul/hipermarketul ca sursă de aprovizionare cu fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

În ceea ce privește supermarketul/hipermarketul:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 3,0% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 9,8% dintre respondenți, respectiv pentru 12,5% din cei cu venituri peste 6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 14,1% dintre respondenți, respectiv pentru 15,0-18,0% din cei cu venituri cuprinse între 3001-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 36,2% dintre respondenți, respectiv pentru 41,0-43,0% din cei cu venituri sub 1000 lei și 4001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 37,0% dintre respondenți, respectiv pentru 39,6% din cei cu venituri sub 1000 lei și 41,2% din cei cu venituri între 5001-6000 lei.

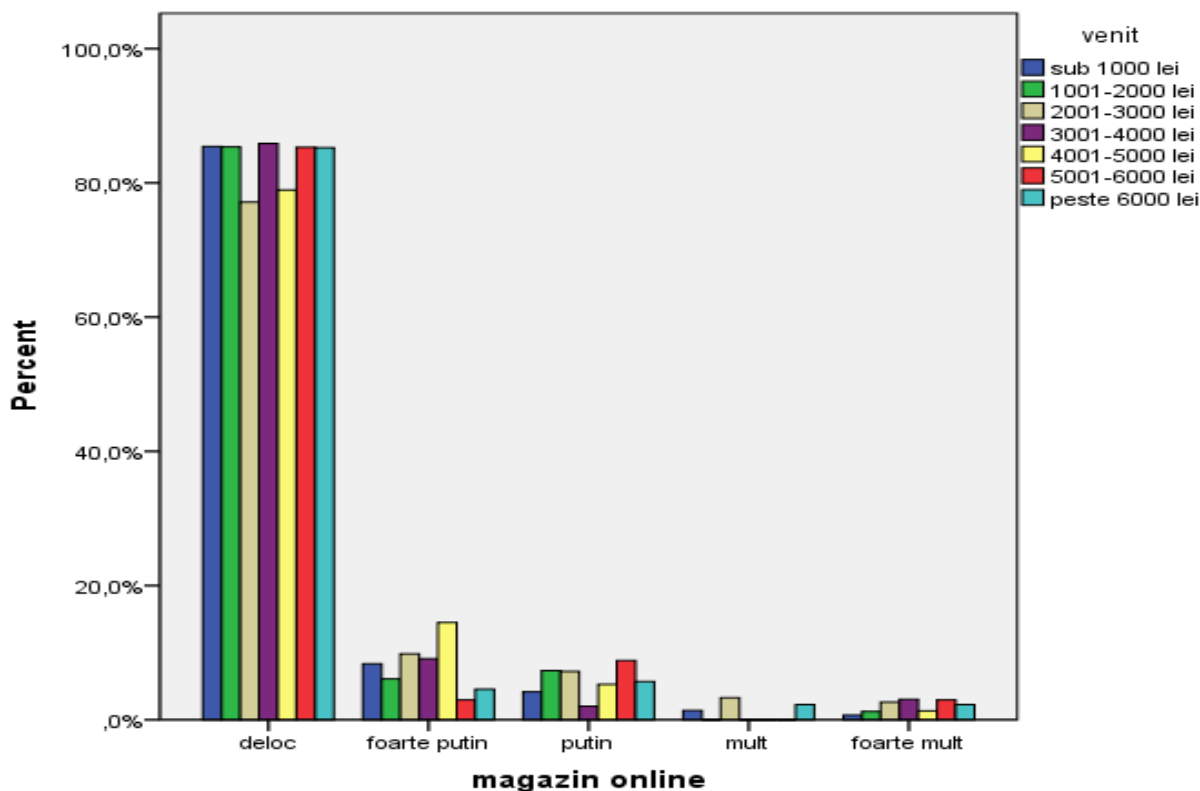


Figura 1.22. - Structura respondenților care aleg magazinul online ca sursă de aprovizionare cu fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

În ceea ce privește magazinul online:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 82,8% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 8,4% dintre respondenți, respectiv pentru 14,5% din cei cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 5,5% dintre respondenți, respectiv pentru 8,8% din cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 1,3% dintre respondenți, respectiv pentru 3,3% din cei cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 1,9% dintre respondenți, respectiv pentru 2,9% din cei cu venituri între 5001-6000 lei.

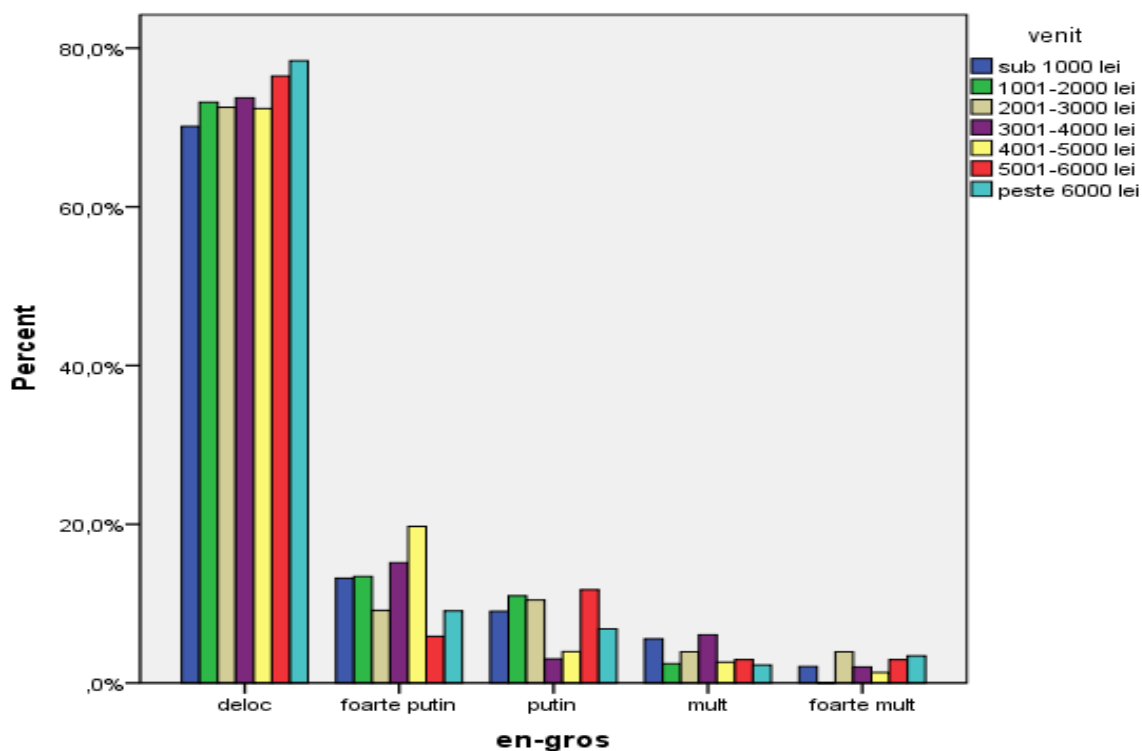


Figura 1.23. - Structura respondenților care aleg en-gros-ul ca sursă de aprovizionare cu fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Referitor la en-gros:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 73,2% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 12,4% dintre respondenți, respectiv pentru 19,7% din cei cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 8,0% dintre respondenți, respectiv pentru 10,0-12,0% din cei cu venituri cuprinse între 1001-3000 lei și 5001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 4,0% dintre respondenți, respectiv pentru 6,1% din cei cu venituri cuprinse între 3001-4000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 2,4% dintre respondenți, respectiv pentru 2,9-3,4% din cei cu venituri peste 5000 lei.

Referitor la **cea de a patra întrebare**, „Ce importanță au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a fructelor menționat anterior ca fiind frecvent, pe o scală de la 1 la 6? (1 - cel mai important factor, 6 - cel mai puțin important factor)”, care vizează importanța acordată criteriilor în alegerea locului de achiziție a fructelor, menționat anterior ca fiind frecvent, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

Tabelul 1.2. - Importanța acordată criteriilor în alegerea locului de achiziție a fructelor

Locul acordat	Ce importanță au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a fructelor menționat anterior ca fiind frecvent, pe o scală de la 1 la 6? (1 - cel mai important factor, 6 - cel mai puțin important factor):					
	apropierea de casă	diversitatea sortimentală	prețurile accesibile practicate	produse proaspete disponibile	calitatea superioară a fructelor	produse ecologice disponibile
1	245	208	168	325	260	148
2	128	182	153	83	111	122
3	117	97	144	40	70	143
4	62	53	79	83	46	98
5	41	67	67	40	57	103
6	83	69	65	105	132	62
TOTAL	676	676	676	676	676	676

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Utilizând Metoda diferențialei semantice pentru prelucrarea rezultatelor, ierarhizarea criteriilor în alegerea locului de achiziție a fructelor este următoarea: produse proaspete disponibile, apropierea de casă, diversitatea sortimentală, prețurile accesibile practicate, calitatea superioară a fructelor și produse ecologice disponibile, conform tabelului următor:

Tabelul 1.3. - Locul acordat criteriilor în alegerea locului de achiziție a fructelor

Criteriul	Scor obținut	Locul acordat:
apropierea de casă	2,67	2
diversitatea sortimentală	2,70	3
prețurile accesibile practicate	2,88	4
produse proaspete disponibile	2,62	1
calitatea superioară a fructelor	2,89	5
produse ecologice disponibile	3,11	6

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Este de remarcat faptul că prospețimea fructelor, ca factor de natură calitativă, reprezintă cel mai important factor în decizia de cumpărare a fructelor.

Referitor la **întrebarea cinci**, „Ce sumă alocați în medie săptămânal pentru cumpărarea fructelor?”, care vizează suma alocată în medie săptămânal pentru cumpărarea fructelor, se observă faptul că:

- sub 10 lei, indiferent de nivelul venitului:
 - nu reprezintă suma alocată pentru 90,2% dintre respondenți;
 - reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 4,1% dintre respondenți;
 - reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 3,8% dintre respondenți;

- reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 1,8% dintre respondenți.

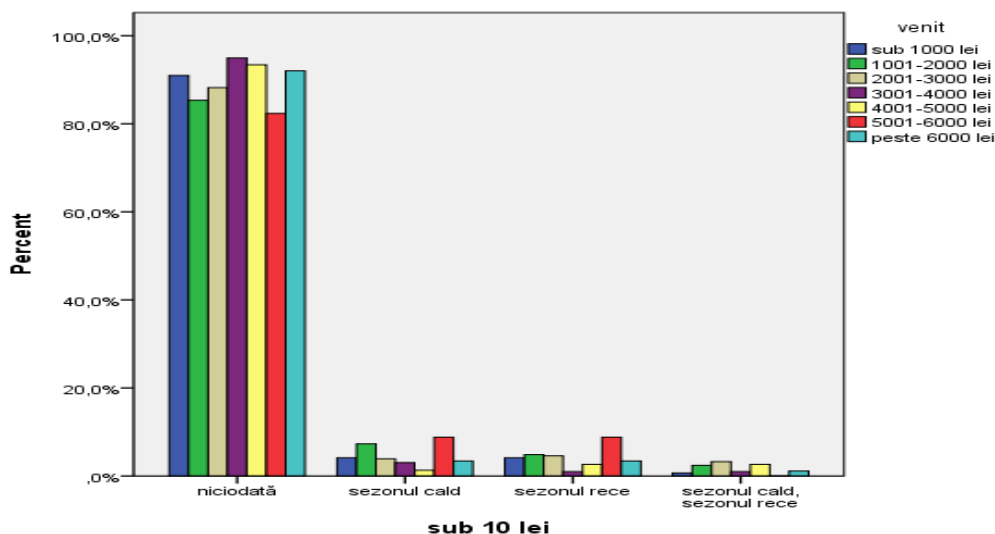


Figura 1.24. - Structura respondenților care alocă sub 10 lei pentru achiziția fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

➤ între 11-25 lei:

- nu reprezintă suma alocată pentru 65,7% dintre respondenți;
- reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 8,3% dintre respondenți, respectiv pentru 9,7% din cei cu venituri sub 1000 lei;
- reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 15,4% dintre respondenți, respectiv pentru 18,0-18,5% din cei cu venituri sub 2000 lei;
- reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 10,7% dintre respondenți, respectiv pentru 12,5% din cei cu venituri sub 1000 lei.

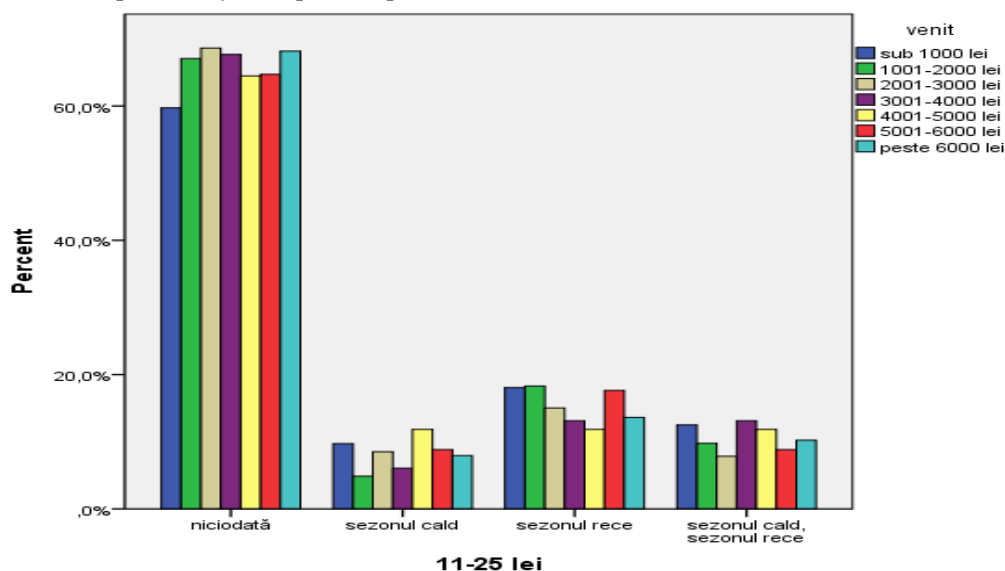


Figura 1.25. - Structura respondenților care alocă între 11-25 lei pentru achiziția fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

- între 26-50 lei:
 - nu reprezintă suma alocată pentru 43,2% dintre respondenți;
 - reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 17,9% dintre respondenți, respectiv pentru 26,5% din cei cu venituri între 5001-6000 lei;
 - reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 16,0% dintre respondenți, respectiv pentru 20,6% din cei cu venituri între 5001-6000 lei;
 - reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 22,9% dintre respondenți, respectiv pentru 24,0-28,0% din cei cu venituri între 2000-4000 lei.

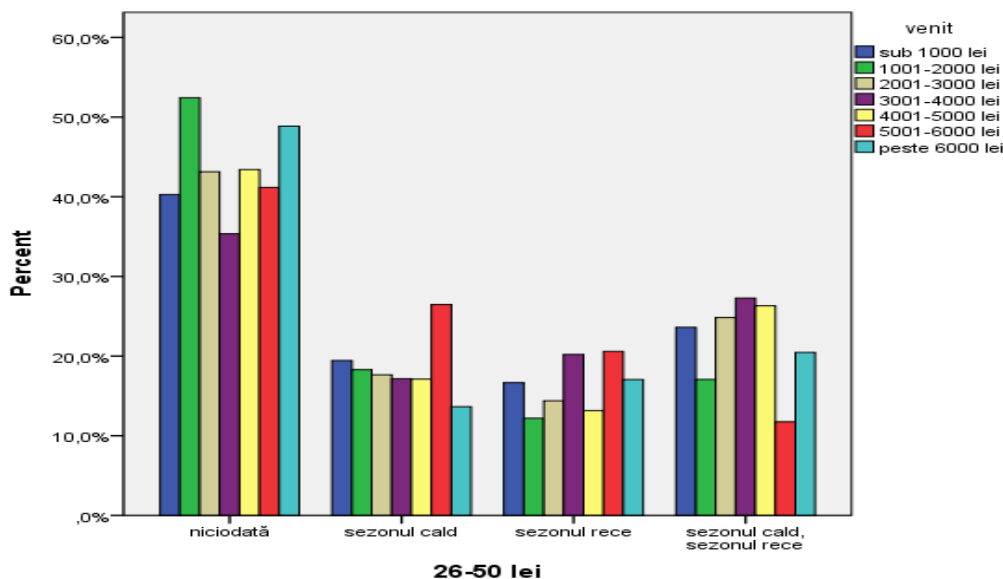


Figura 1.26. -Structura respondenților care alocă între 26-50 lei pentru achiziția fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

- între 51-100 lei:
 - nu reprezintă suma alocată pentru 65,8% dintre respondenți;
 - reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 12,9% dintre respondenți, respectiv pentru 18,2% din cei cu venituri peste 6000 lei;
 - reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 10,4% dintre respondenți, respectiv pentru 14,6% din cei cu venituri între 1001-2000 lei;
 - reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 10,9% dintre respondenți, respectiv pentru 15,9% din cei cu venituri peste 6000 lei.

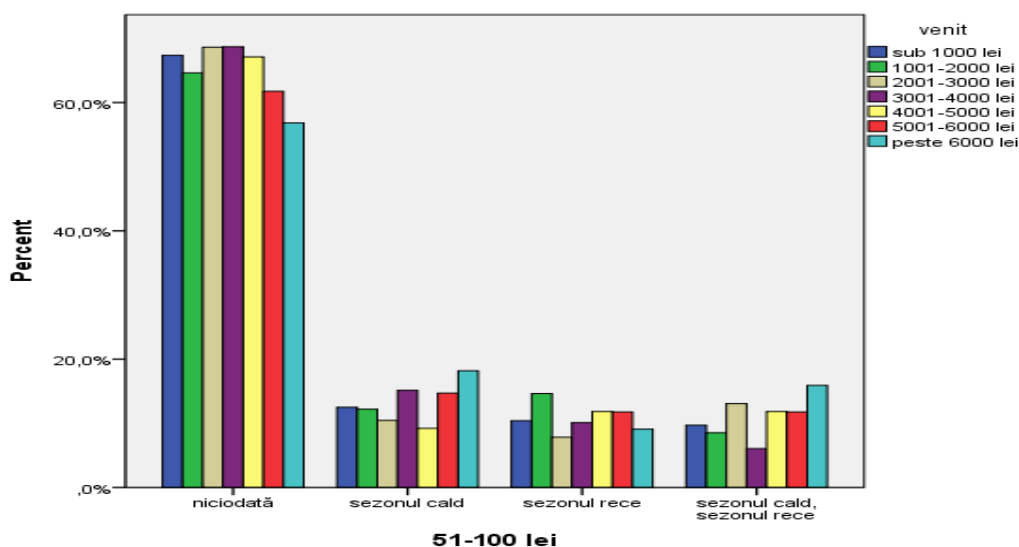
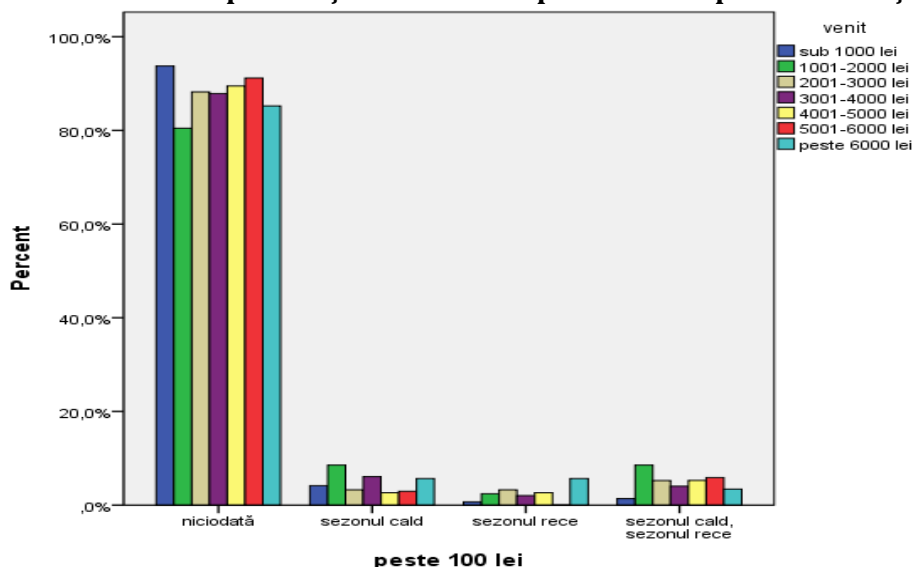


Figura 1.27. Structura respondenților care alocă între 51-100 lei pentru achiziția fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare - peste 100 lei:

- nu reprezintă suma alocată pentru 88,3% dintre respondenți;
- reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 4,7% dintre respondenți, respectiv pentru 8,5% din cei cu venituri între 1001-2000 lei;
- reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 2,5% dintre respondenți, respectiv pentru 5,7% din cei cu venituri peste 6000 lei;
- reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 4,4% dintre respondenți, respectiv pentru 8,5% din cei cu venituri între 1001-2000 lei.

Figura 1.28. - Structura respondenților care alocă peste 100 lei pentru achiziția fructelor



Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Referitor la **cea de a șasea întrebare**, „Acordați o notă de la 1 la 5 următoarelor criterii în decizia de cumpărare a fructelor? (1 - cel mai important factor)”, care vizează

importanța acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

Tabelul 1.4. - Importanța acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor

Criteriul	Locul acordat					TOTAL
	1	2	3	4	5	
aspect	295	134	93	65	89	676
culoare	1	39	149	209	278	676
gust	24	2	425	86	139	676
preț	2	219	3	309	143	676
prospețime	354	282	6	7	27	676
TOTAL	676	676	676	676	676	-

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Utilizând Metoda ordonării rangurilor pentru prelucrarea rezultatelor, ierarhizarea criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor este următoarea: prospețime, aspect, gust, preț, culoare, conform figurii următoare:

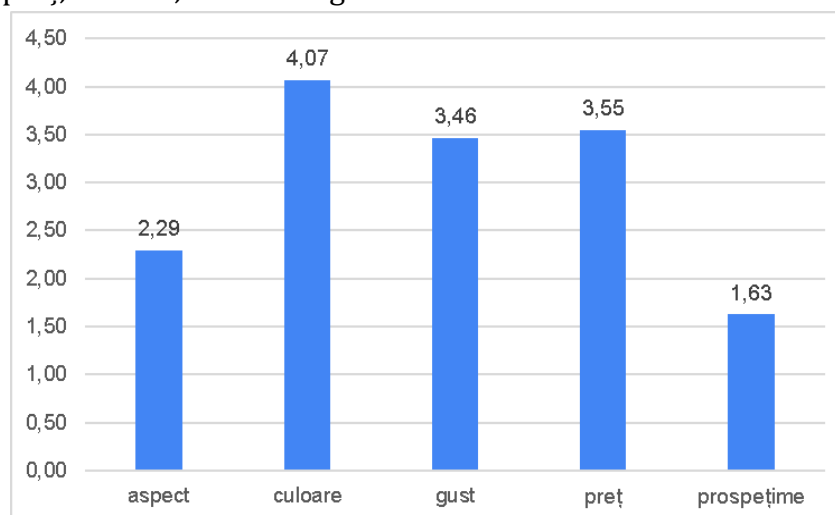


Figura 1.29. - Nota acordată criteriilor în alegerea locului de achiziție a fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, se remarcă faptul că indiferent de nivelul venitului, ierarhizarea importanței criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor este aceeași, conform tabelului următor:

Tabelul 1.5. - Nota acordată criteriilor în alegerea locului de achiziție a fructelor

Criteriul	Categoria						
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei
aspect	2,20	2,55	2,24	2,26	2,34	2,41	2,20
culoare	3,76	4,01	4,25	4,19	4,12	4,15	4,13
gust	3,19	3,55	3,49	3,55	3,64	3,50	3,53
preț	3,55	3,33	3,63	3,54	3,50	3,53	3,69
prospețime	2,19	1,60	1,48	1,46	1,39	1,41	1,44

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Referitor la **întrebarea șapte**, „Care este opinia dvs. în legătură cu următoarele afirmații referitoare la decizia de cumpărare a fructelor?”, care vizează opinia

respondenților în legătură cu o serie de afirmații referitoare la decizia de cumpărare a fructelor, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

Tabelul 1.6. - Opinia respondenților în legătura cu afirmațiile referitoare la decizia de cumpărare a fructelor

Afirmația	Dezacord total	Dezacord	Indiferent	Acord	Acord total	Total
Prefer să cumpăr fructe din import la un pret mai avantajos.	94	185	228	117	52	676
Prefer să cumpăr fructe românești la un pret mai mare.	12	48	130	299	187	676
Prefer să cumpăr fructe la un pret mai redus indiferent de calitatea și proveniența acestora.	242	213	126	67	28	676
Prefer să cumpăr fructe la un pret mai mare, la o calitate mai ridicată.	24	43	91	247	271	676

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Utilizând Scala lui Likert pentru prelucrarea rezultatelor, a rezultat faptul că în primul rând respondenții preferă să cumpere fructe la un preț mai mare la o calitate mai ridicată, respectiv preferă să cumpere fructe românești la un preț mai mare, conform figurii următoare:

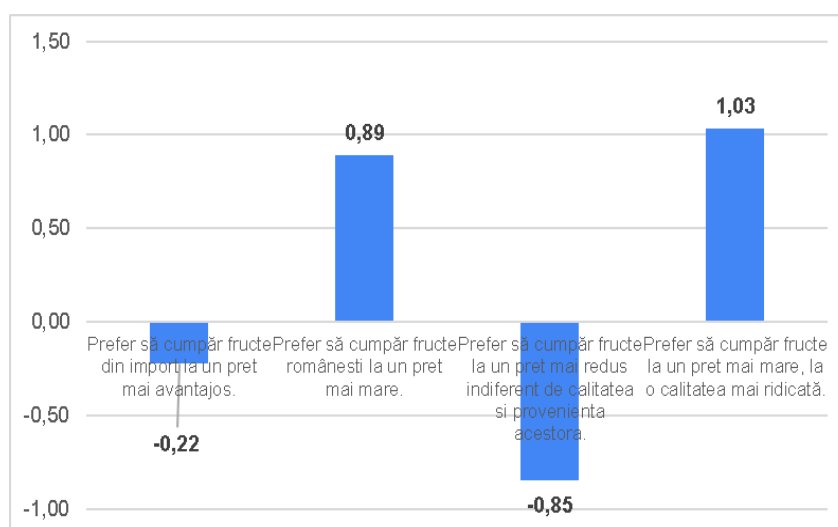


Figura 1.30. - Scorul obținut de afirmațiile referitoare la decizia de cumpărare a fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții nu preferă să cumpere fructe din import la un preț mai avantajos, respectiv nu preferă să cumpere fructe la un preț mai redus indiferent de calitatea și proveniența acestora.

Dacă ne referim la opinia respondenților privind afirmațiile menționate în funcție de venitul respondenților, putem observa faptul că pentru respondenții cu un venit peste 4000 lei, măsura în care nu sunt de acord cu achiziția fructelor din import la un preț mai avantajos este mai ridicată în comparație cu cei cu un venit sub 4000 lei, conform tabelului următor:

Tabelul 1.7. - Scorul obținut de afirmațiile referitoare la decizia de cumpărare a fructelor

Afirmația	Categoria							Scor
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
Prefer să cumpăr fructe din import la un pret mai avantajos.	-0,17	-0,11	-0,21	-0,16	-0,45	-0,26	-0,32	-0,22
Prefer să cumpăr fructe românești la un pret mai mare.	0,88	0,85	0,85	1,02	1,07	0,82	0,73	0,89
Prefer să cumpăr fructe la un pret mai redus indiferent de calitatea și proveniența acestora.	-0,71	-0,84	-0,98	-0,78	-0,97	-0,85	-0,83	-0,85
Prefer să cumpăr fructe la un pret mai mare, la o calitate mai ridicată.	1,11	0,95	1,14	0,96	1,18	0,97	0,76	1,03

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții cu venituri cuprinse între 3001-5000 lei preferă să cumpere fructe românești la un preț mai mare, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri sub 1000 lei preferă să cumpere fructe la un preț mai redus indiferent de calitatea și proveniența acestora, într-un procent mai ridicat comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei preferă să cumpere fructe la un preț mai mare, la o calitate mai ridicată, într-un procent mai ridicat comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Referitor la *întrebarea opt*, "Notați în ordinea importanței, factorii care determină decizia de cumpărare a fructelor (unde 1 este cel mai important factor, iar 6 cel mai puțin important factor).", care vizează importanța acordată factorilor în decizia de cumpărare a fructelor, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

Tabelul 1.8. - Importanța acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor

Criteriul	Locul acordat						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
locul unde au fost produse (livadă, seră/solar)	255	130	103	52	69	67	676
modul de realizare (convențional/ecologic)	173	184	122	71	81	45	676
prețul	137	167	171	95	64	42	676
calitatea	407	90	38	46	35	60	676
țara de proveniență a produsului	165	139	143	80	88	61	676
ofertele promoționale	115	124	121	88	106	122	676

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Utilizând Metoda ordonării rangurilor pentru prelucrarea rezultatelor, ierarhizarea criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor este următoarea: calitatea, locul unde au fost produse, modul de realizare, prețul, țara de proveniență și ofertele promoționale, conform figurii următoare:

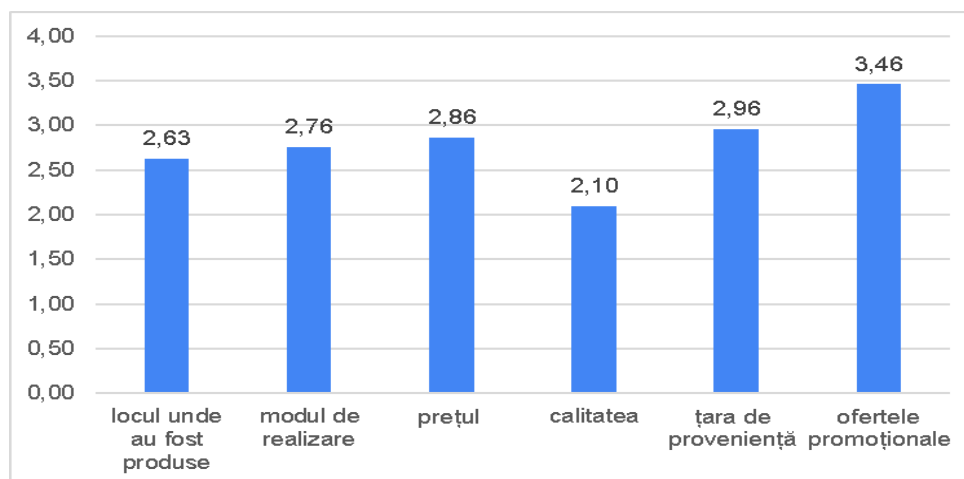


Figura 1.31. - Nota acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la opinia respondenților privind importanța acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor în funcție de venitul respondenților, putem observa faptul că pentru respondenții cu un venit între 5001-6000 lei, locul unde au fost produse și modul de realizare sunt factori mai importanți în decizia de cumpărare a fructelor, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, conform tabelului următor:

Tabelul 1.9. - Nota acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor

Criteriul	Categoria							Nota
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
locul unde au fost produse (livadă, seră/solar)	2,80	2,73	2,57	2,46	2,82	2,24	2,56	2,63
modul de realizare (convențional/ecologic)	2,88	2,90	2,70	2,64	2,99	2,50	2,58	2,76
prețul	2,97	3,02	2,94	2,45	2,91	2,91	2,81	2,86
calitatea	2,21	2,40	2,08	1,94	2,12	1,88	1,93	2,10
țara de proveniență a produsului	3,13	3,16	2,92	2,70	3,00	3,00	2,78	2,96
ofertele promoționale	3,67	3,82	3,57	3,12	3,46	3,56	2,94	3,46

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, pentru respondenții cu un venit între 3001-4000, prețul este un factor mai important în decizia de cumpărare a fructelor, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Calitatea reprezintă un factor mai important în decizia de cumpărare a fructelor pentru respondenții cu un venit peste 5000 lei. Țara de proveniență a produsului și ofertele promoționale sunt factori mai importanți în decizia de cumpărare a fructelor pentru respondenții cu un venit între 3001-4000 lei și peste 6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Referitor la **întrebarea nouă**, „Care este ordinea preferințelor dvs. în ceea ce privește consumul de fructe (unde 1 este principala preferință)?”, care vizează ordinea preferințelor respondenților în ceea ce privește consumul de fructe, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

Tabelul 1.10. - Preferințele în ceea ce privește consumul de fructe

Consumul de fructe	Ordinea preferințelor				TOTAL
	am alte preferințe	principala preferință	preferința de pe locul 2	preferința de pe locul 3	
în stare proaspătă		607	18	51	676
conservate (compot, dulceată etc.)	27	26	434	189	676
congelate/deshidratate	29	43	199	405	676

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Utilizând Metoda ordonării rangurilor pentru prelucrarea rezultatelor, ordinea preferințelor respondenților în ceea ce privește consumul de fructe este: în stare proaspătă, conservate și congelate/deshidratate, conform figurii următoare:

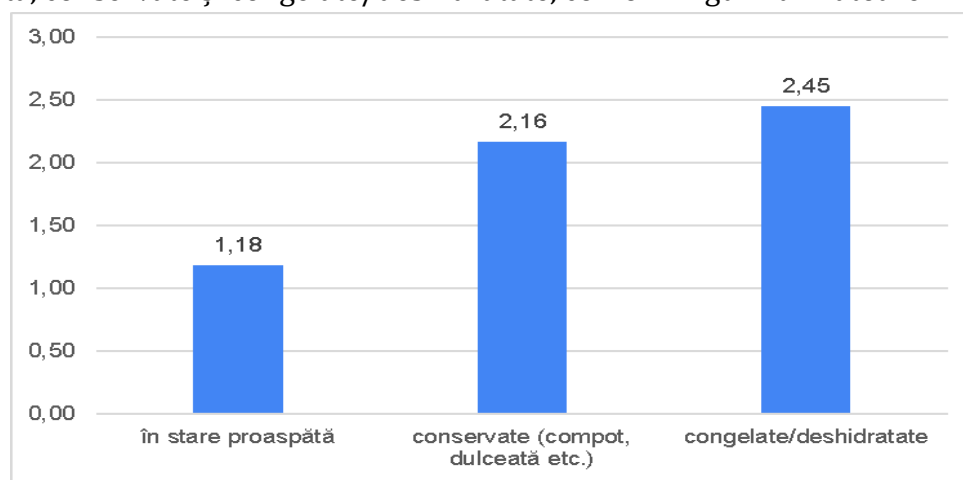


Figura 1.32. - Nota acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la ordinea preferințelor în ceea ce privește consumul de fructe, respondenții cu un venit între 4001-5000 lei preferă mai mult fructele în stare proaspătă, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, conform tabelului următor:

Tabelul 1.11. - Nota acordată criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor

Consumul de fructe	Categorie							Nota
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
în stare proaspătă	1,21	1,16	1,20	1,19	1,08	1,15	1,19	1,18
conservate (compot, dulceată etc.)	2,08	2,09	2,16	2,18	2,36	2,15	2,18	2,16
congelate/deshidratate	2,38	2,44	2,56	2,53	2,43	2,41	2,33	2,45

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții cu un venit sub 2000 lei preferă mai mult fructele conservate/congelate, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Fructele congelate/deshidratate sunt preferate mai mult în consum de către respondenții cu un venit peste 6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Referitor la **întrebarea zece**, „Care este frecvența cu care consumați fructe în stare proaspătă?”, care vizează frecvența de consum a fructelor, în urma centralizării

răspunsurilor, 45,3% dintre respondenți consumă zilnic și 40,7% săptămânal, așa cum se observă din figura următoare:

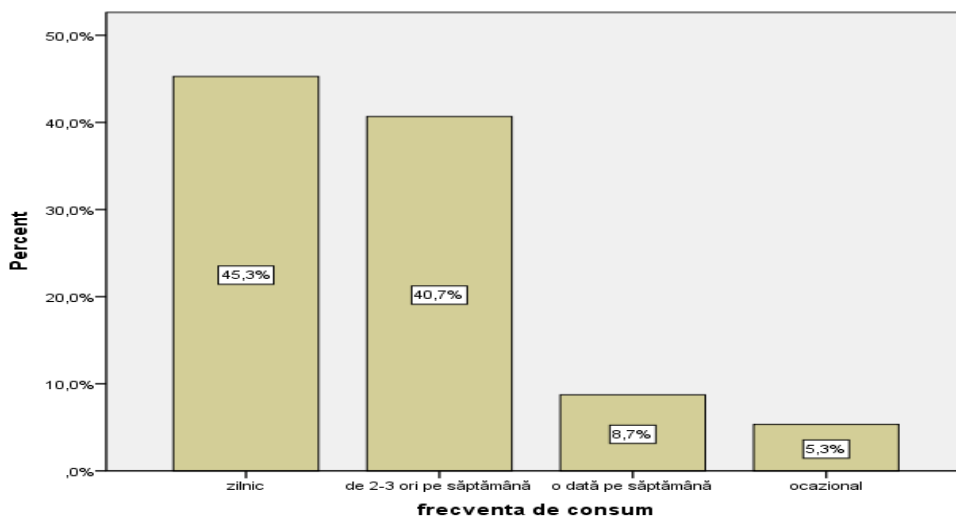


Figura 1.33. - Frecvența de consum a fructelor

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la frecvența de consum în funcție de venit, respondenții cu venituri cuprinse între 3001-4000 lei și 5001-6000 lei consumă fructe zilnic într-o pondere mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei și 4001-5000 lei consumă fructe de 2-3 ori pe săptămână într-o pondere mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

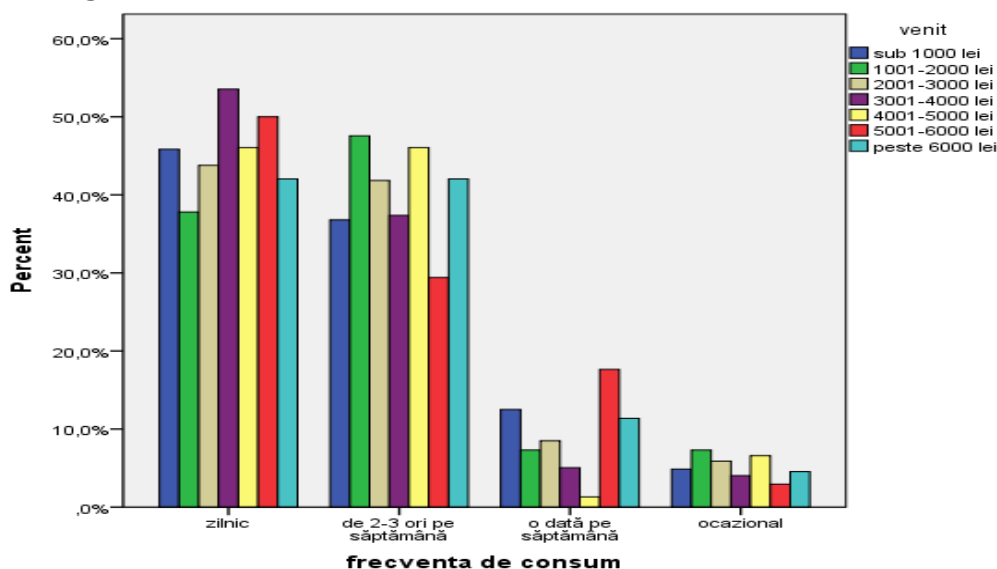


Figura 1.34. - Structura frecvenței de consum a fructelor în funcție de venit

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Respondenții cu venituri sub 1000 lei și cuprinse între 5001-6000 lei consumă fructe o dată pe săptămână într-o pondere mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei

consumă fructe ocazional într-o pondere mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Întrebarea unsprezece, „Cum apreciați consumul următoarelor fructe în alimentația dvs.:", continuă subiectul urmărit la întrebarea anterioară, dar în mod detaliat, în sensul în care vizează frecvența de consum a mai multor tipuri de fructe. În urma centralizării răspunsurilor, 1%-5% dintre respondenți nu consumă deloc mere, nectarine, piersici, cireșe și vișine, căpșuni, banane, portocale și mandarine, struguri. De asemenea, între 5%-10% nu consumă deloc pere, caise, kiwi așa cum se observă din tabelul următor:

Tabelul 1.12. - Preferințele respondenților în ceea ce privește cantitatea de fructe consumată

Fructe	Consumul:					TOTAL
	deloc	foarte puțin	puțin	mult	foarte mult	
mere	19	64	160	253	180	676
pere	43	165	282	134	52	676
prune	62	188	255	137	34	676
piersici	32	103	235	223	83	676
nectarine	22	83	198	250	123	676
cireșe și vișine	12	71	181	247	165	676
caise	39	121	220	219	77	676
căpșuni	12	59	162	214	229	676
banane	9	36	82	216	333	676
portocale și mandarine	10	30	122	236	278	676
kiwi	48	138	229	146	115	676
struguri	31	86	203	206	150	676

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Utilizând Metoda diferențialei semantice, prin intermediul căreia am acordat o notă de la 0 la 4 celor 5 trepte ale scalei, respectiv: deloc (0), foarte puțin (1), puțin (2), mult (3) și foarte mult (4), a rezultat următoarea ierarhizare în ceea ce privește cantitatea de fructe consumată:

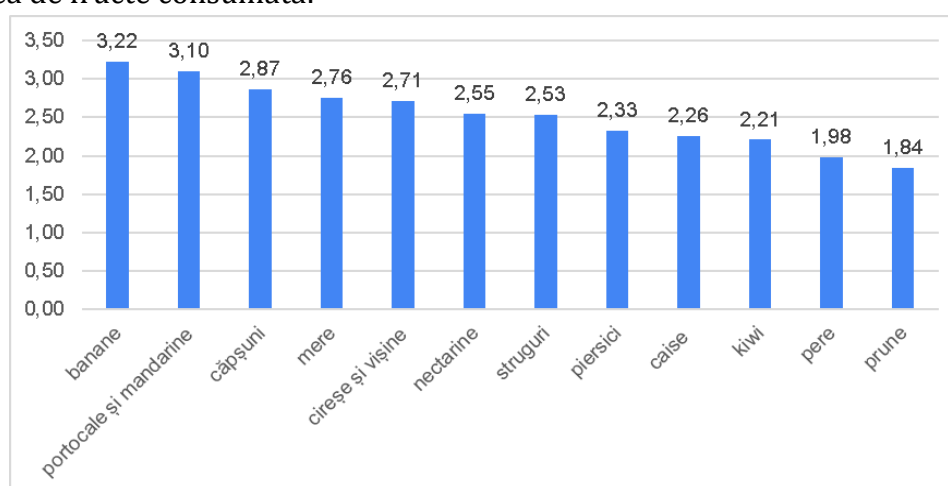


Figura 1.35. - Nota obținută în funcție de cantitatea de fructe consumată

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Se observă faptul că pe primele locuri, în funcție de cantitatea consumată, se află bananele, portocalele și mandarinele, iar la polul opus: kiwi, pere și prune.

Dacă ne referim la frecvența de consum în funcție de venit, respondenții cu un venit cuprins între 1001-2000 lei consumă mai mulți căpșuni, cei din categoria 2001-

3000 lei mai multe prune și nectarine, cei din categoria 3001-4000 lei mai multe pere, piersici, portocale, mandarine și kiwi, așa cum se poate observa din tabelul următor:

Tabelul 1.13. - Nota obținută în funcție de cantitatea consumată de fructe

Consumul de fructe	Categorია							Nota
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
mere	2,75	2,54	2,83	2,84	2,86	2,56	2,74	2,76
pere	1,97	1,93	2,01	2,10	1,97	1,79	1,93	1,98
prune	1,81	1,78	1,93	1,88	1,78	1,59	1,92	1,84
piersici	2,27	2,26	2,37	2,48	2,28	2,18	2,35	2,33
nectarine	2,51	2,49	2,67	2,54	2,61	2,35	2,48	2,55
cireșe și vișine	2,73	2,73	2,75	2,72	2,63	2,44	2,78	2,71
caise	2,29	2,18	2,19	2,28	2,29	2,26	2,33	2,26
căpșuni	2,88	2,93	2,92	2,89	2,86	2,59	2,82	2,87
banane	3,21	3,27	3,18	3,26	3,34	3,15	3,17	3,22
portocale și mandarine	3,03	3,23	3,11	3,27	3,16	2,85	2,90	3,10
kiwi	2,27	2,12	2,10	2,39	2,14	2,12	2,27	2,21
struguri	2,57	2,55	2,45	2,52	2,64	2,26	2,60	2,53

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Respondenții cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei consumă mai multe mere, banane și struguri, respectiv cei din categoria peste 6000 lei consumă mai multe caise și căpșuni, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Referitor la **întrebarea douăsprezece**, „Consumul dvs. se bazează, în principal, pe fructe:”, care vizează sursa de aprovizionare cu fructe, în urma centralizării răspunsurilor, se remarcă faptul că 63,8% dintre respondenți aleg fructele de proveniență românească într-o măsură ridicată, respectiv 34,9% într-o măsură redusă, așa cum rezultă din figura următoare:

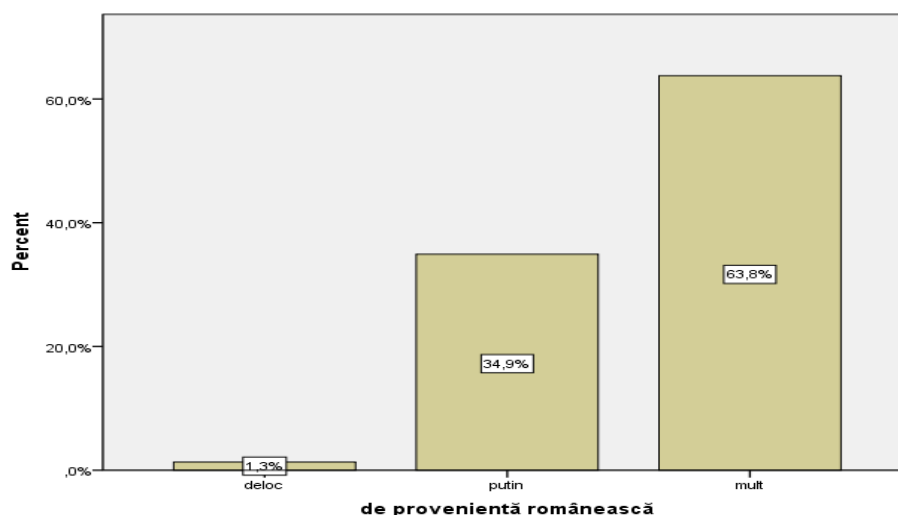


Figura 1.36. - Structura respondenților care aleg fructele de proveniență românească

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, cei cu venituri peste 4000 lei aleg într-o pondere mai ridicată fructele de proveniență românească într-o măsură mai redusă, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri sub 1000 lei și între 3001-4000 lei aleg într-o pondere mai ridicată fructe de proveniență românească într-o măsură mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

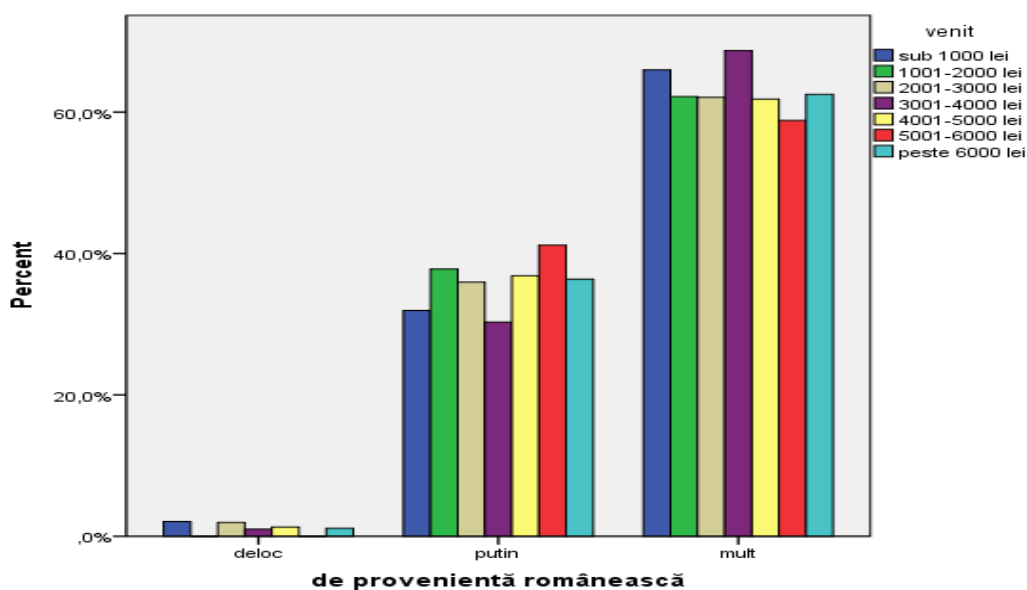


Figura 1.37. - Structura respondenților care aleg fructele de proveniență românească în funcție de venit Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Se remarcă faptul că 35,1% dintre respondenți aleg fructele provenite din import într-o măsură ridicată, respectiv 56,7% într-o măsură redusă, așa cum rezultă din figura următoare:

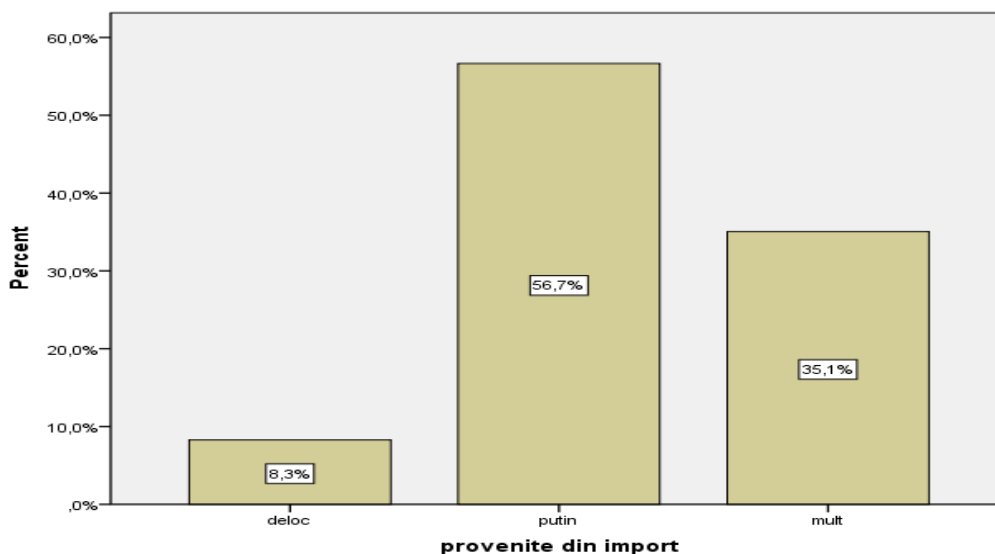


Figura 1.38. - Structura respondenților care aleg fructele provenite din import Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, cei cu venituri peste peste 5000 lei aleg într-o pondere mai ridicată fructele provenite din import într-o măsură mai redusă, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri între 4001-5000 lei aleg într-o pondere mai ridicată fructe provenite din import într-o măsură mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

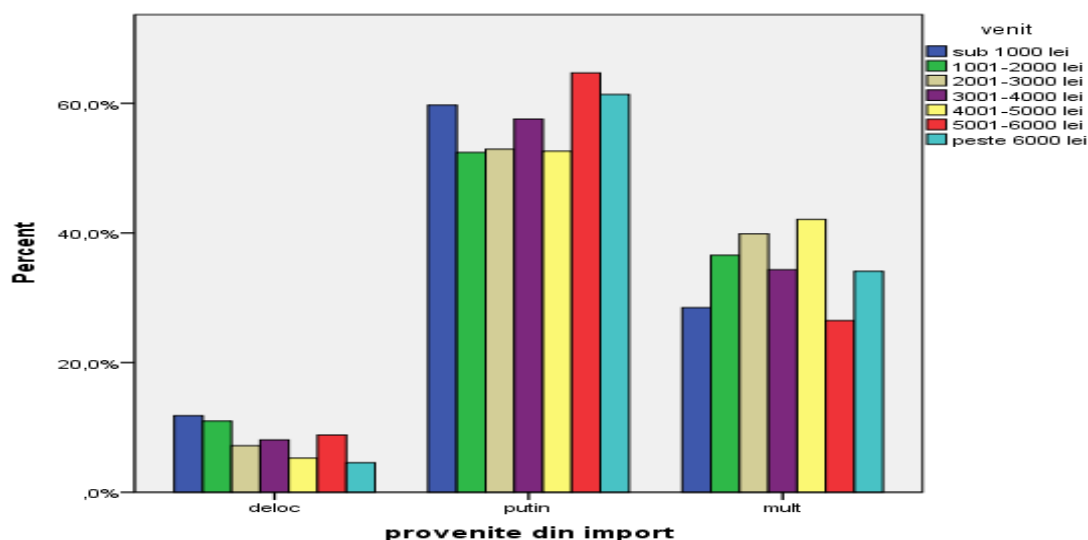


Figura 1.39. - Structura respondenților care aleg fructele provenite din import în funcție de venit Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Referitor la *întrebarea treisprezece*, „Ce apreciați la fructele de proveniență românească?”, care vizează aprecierile fructelor de proveniență românească, în urma centralizării răspunsurilor, se remarcă faptul că 56,1% dintre respondenți apreciază gustul acestora într-o foarte mare măsură, 32,7% într-o mare măsură, așa cum rezultă din figura următoare:

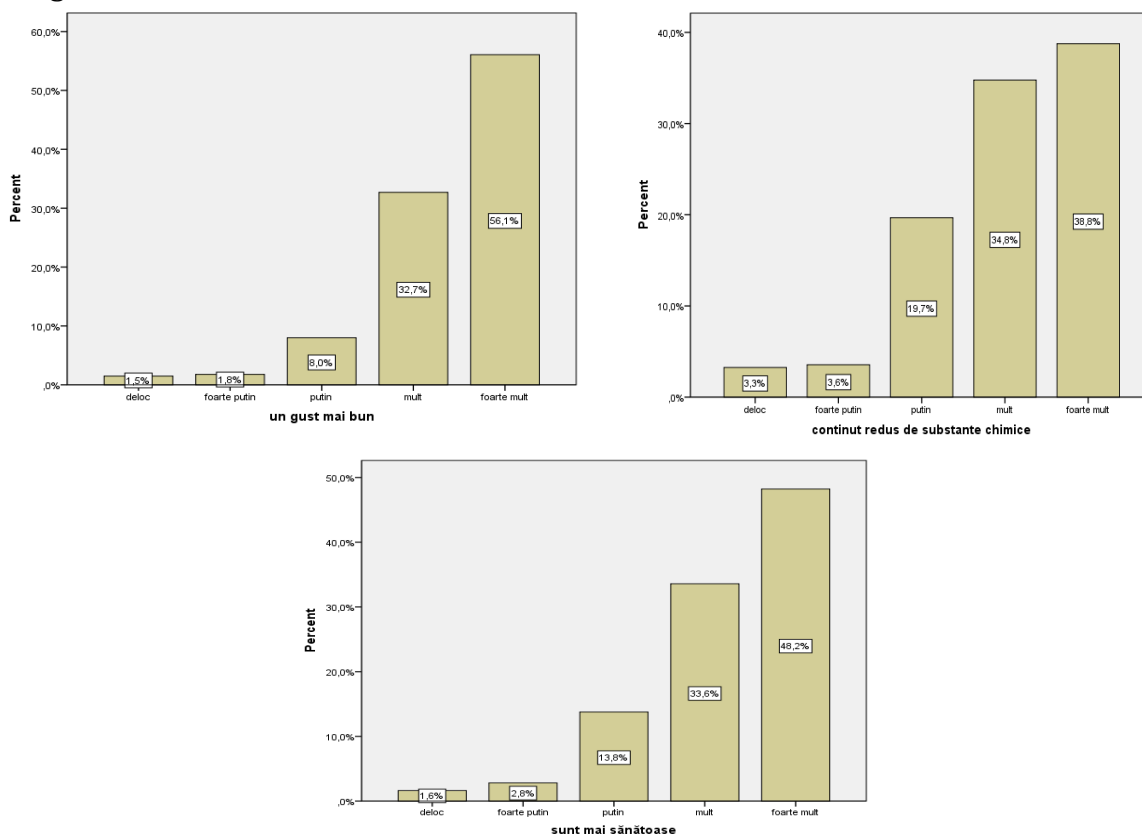


Figura 1.40. - Structura respondenților în raport cu aprecierile față de fructele de proveniență românească Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, 38,8% dintre respondenți apreciază foarte mult conținutul redus de substanțe chimice și 48,2% consideră că sunt mai sănătoase fructele de proveniență românească.

Utilizând Metoda diferențialei semantice, prin intermediul căreia am acordat o notă de la 0 la 4 celor 5 trepte ale scalei, respectiv: deloc (0), foarte puțin (1), puțin (2), mult (3) și foarte mult (4), au rezultat următoarele note pentru aprecierile supuse evaluării:

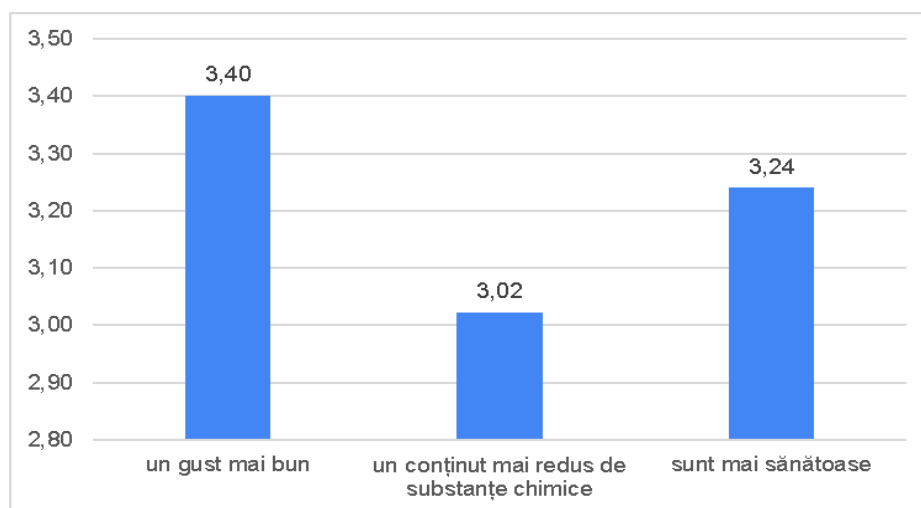


Figura 1.41. - Nota obținută de fructele de proveniență românească Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Astfel, se poate observa faptul că în aprecierea fructelor de proveniență românească, pe primul loc se află gustul mai bun, urmat de faptul că sunt mai sănătoase, respectiv au un conținut mai redus de substanțe chimice.

Dacă ne referim la aprecierile respondenților în funcție de venit, respondenții cu un venit peste 6000 lei apreciază gustul și conținutul mai redus de substanțe chimice într-o măsură mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, așa cum se poate observa din tabelul următor:

Tabelul 1.14. - Nota obținută de fructele de proveniență românească

Fructele de proveniență românească	Categoria							Nota
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
au un gust mai bun	3,44	3,29	3,43	3,36	3,36	3,41	3,45	3,40
au un conținut mai redus de substanțe chimice	2,94	2,88	3,08	3,13	2,95	3,03	3,14	3,02
sunt mai sănătoase	3,22	3,15	3,32	3,35	3,11	3,18	3,23	3,24

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții cu venituri cuprinse între 2000-4000 lei consideră că sunt mai sănătoase fructele de proveniență românească, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Referitor la **întrebarea paisprezece**, „Gradul de acoperire al necesităților dumneavoastră cu fructe din punct de vedere al diversității sortimentale este:”, care vizează gradul de acoperire al necesităților cu fructe din punct de vedere al diversității sortimentale, în urma centralizării răspunsurilor, se remarcă faptul că 46,6% dintre respondenți consideră că gradul de acoperire este la un nivel bun, 20,0% foarte bun, așa cum rezultă din figura următoare:

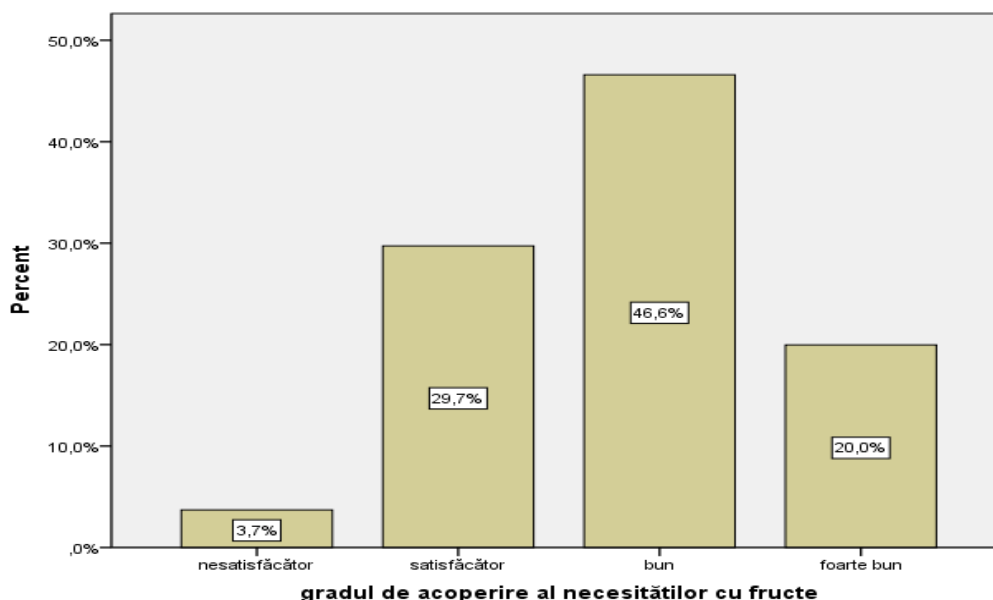


Figura 1.42. - Gradul de acoperire al necesităților cu fructe

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la aprecierile respondenților în funcție de venit, respondenții cu venituri sub 1000 lei și cei cu peste 6000 lei apreciază gradul de acoperire al necesităților cu fructe din punct de vedere al diversității sortimentale ca fiind bun, într-o măsură mai mare, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, așa cum se poate observa din figura următoare:

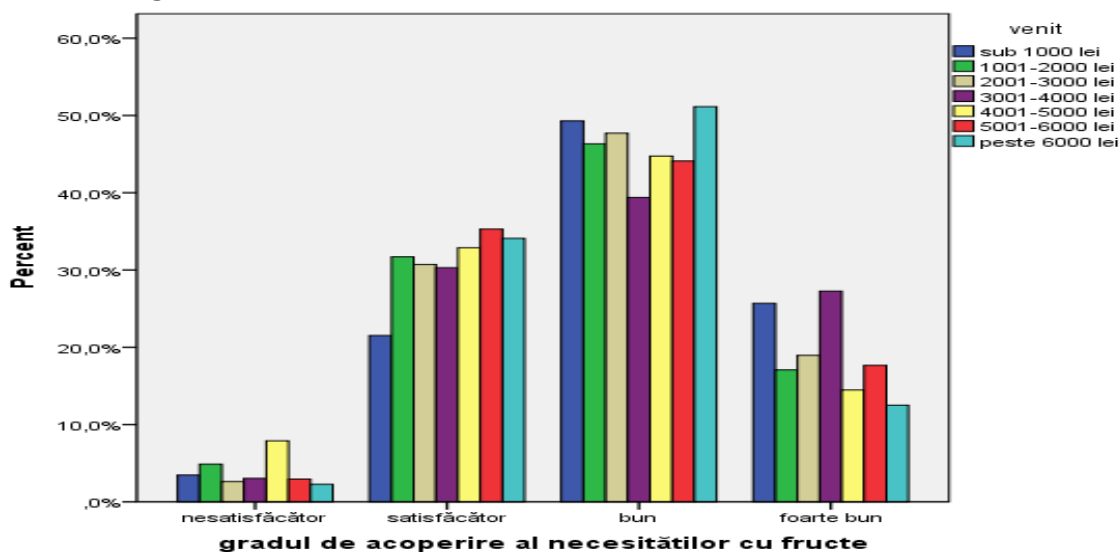


Figura 1.43. - Gradul de acoperire al necesităților cu fructe în funcție de venit

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Întrebarea cincisprezece, „Cum considerați prețurile practicate pentru fructele în stare proaspătă în raport cu calitatea?”, vizează analiza aprecierilor privind raportul calitate-preț din cadrul mai multor surse de aprovizionare și în urma centralizării răspunsurilor, așa cum rezultă și din tabelul următor:

- 76,0% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate de producătorii agricoli;
- 69,7% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate în piețele agroalimentare;
- 44,1% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate în magazinele de proximitate;
- 51,3% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate în supermarket/hipermarket;
- 41,9% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate de magazinele online;
- 52,1% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate în en-grosuri.

Tabelul 1.15. - Preferințele respondenților în ceea ce privește cantitatea de fructe consumată

Sursa de aprovizionare	Prețurile practicate sunt:			Total
	mici	justificate	mari	
producători agricoli	93	514	69	676
piețe agroalimentare	49	471	156	676
magazine de proximitate	37	298	341	676
supermarket/hipermarket	74	347	255	676
magazine online	74	283	319	676
en-gros	226	352	98	676

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

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 raportul calitate-preț al fructelor:

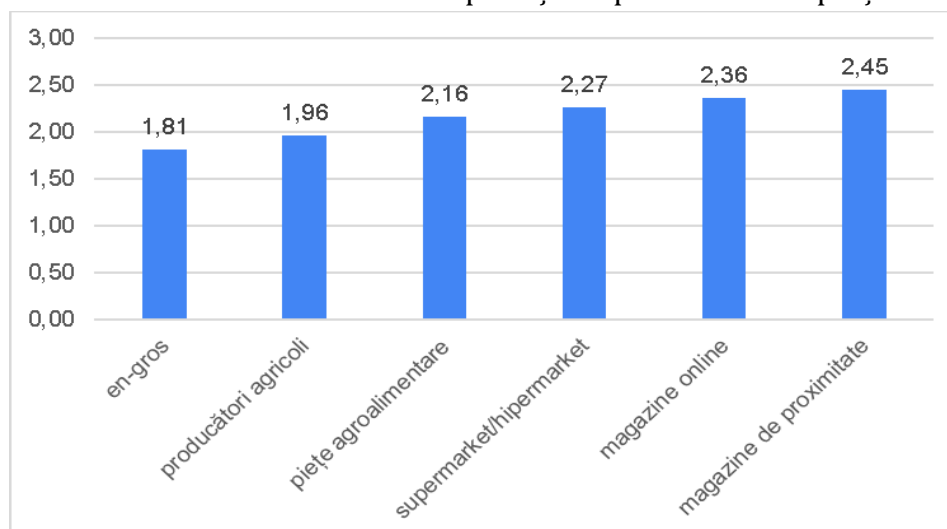


Figura 1.44. - Nota obținută de sursele de aprovizionare cu fructe Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Se observă faptul că pe primul loc, în funcție de raportul calitate-preț, se află en-gross-urile, urmate de producătorii agricoli, piețele agroalimentare, supermarket/hipermarket, magazine online și magazine de proximitate.

Dacă ne referim la aprecierea raportului calitate-preț în funcție de venit, respondenții cu un venit peste 6000 lei consideră justificate într-o mai mare măsură prețurile practicate de producătorii agricoli, magazinele de proximitate, supermarket/hipermarket și magazine online, așa cum se poate observa din tabelul următor:

Tabelul 1.16. - Nota obținută în funcție de cantitatea consumată de fructe

Sursa de aprovizionare	Categoria							Nota
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
producători agricoli	1,97	2,00	1,94	1,93	1,99	1,94	2,00	1,96
piețe agroalimentare	2,23	2,18	2,10	2,23	2,14	2,03	2,09	2,16
magazine de proximitate	2,42	2,50	2,37	2,48	2,43	2,38	2,59	2,45
supermarket/hipermarket	2,32	2,28	2,26	2,21	2,22	2,09	2,35	2,27
magazine online	2,33	2,35	2,33	2,40	2,43	2,15	2,45	2,36
en-gros	1,70	1,83	1,87	1,88	1,88	1,71	1,77	1,81

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Respondenții cu venituri cuprinse între 3001-5000 lei consideră justificate într-o mai mare măsură prețurile practicate de en-gros-uri.

Întrebarea șaisprezece, „Sunteți dispus să cumpărați fructe la prețuri mai mari dacă:”, vizează disponibilitatea respondenților de a cumpăra fructe la prețuri mai mari în diferite situații.

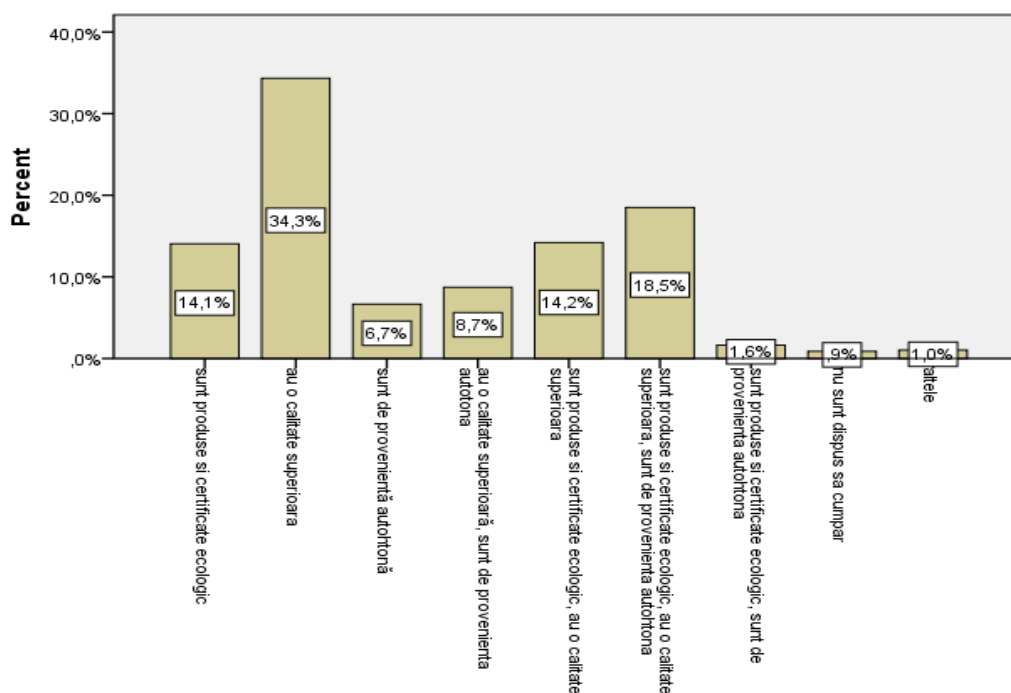


Figura 1.45. - Disponibilitatea de a cumpăra fructe la prețuri mai mari

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

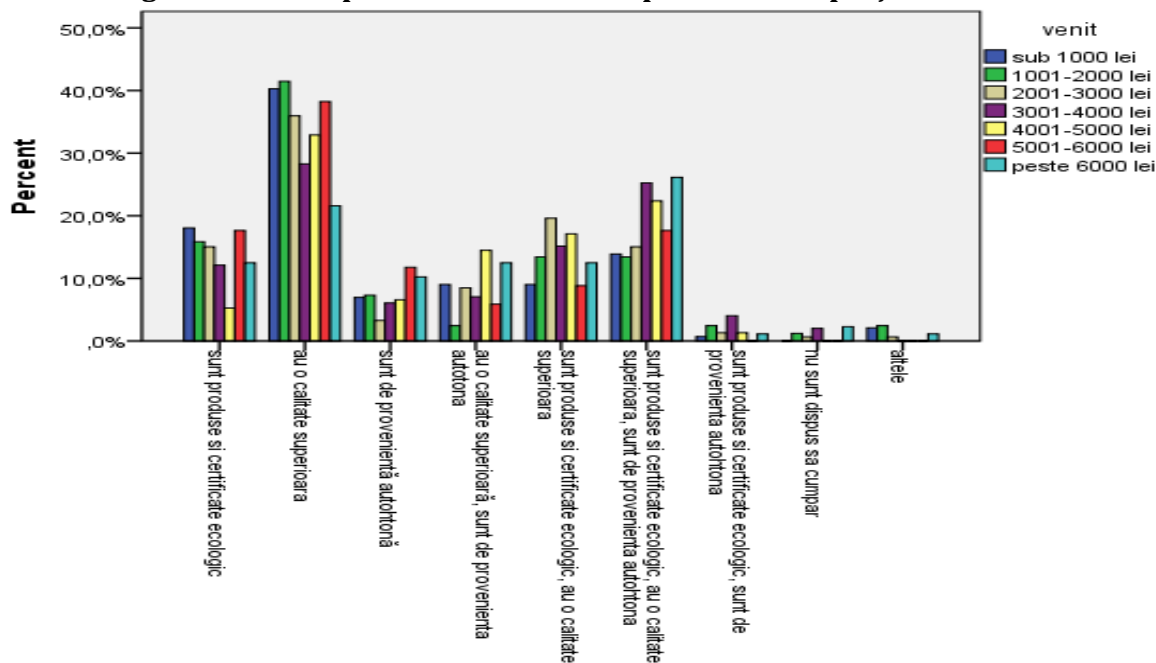
Astfel, în urma centralizării răspunsurilor, așa cum rezultă și din figura următoare:

- 34,3% dintre respondenți ar cumpăra fructe la prețuri mai mari dacă ar avea o calitate superioară;
- 14,1% dintre respondenți ar cumpăra fructe la prețuri mai mari dacă ar fi produse și certificate ecologic;
- 6,1% dintre respondenți ar cumpăra fructe la prețuri mai mari dacă ar fi de proveniență autohtonă;
- 18,5% dintre respondenți ar cumpăra fructe la prețuri mai mari dacă ar îndeplini cele trei condiții menționate anterior.

De asemenea, 1,0 % dintre respondenți nu ar cumpăra fructe la prețuri mai mari.

Dacă ne referim la disponibilitatea de a cumpăra fructe la prețuri mai mari în funcție de venit, respondenții cu venituri sub 2000 lei sunt dispuși într-o pondere mai mare să cumpere fructe dacă au o calitate superioară, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, așa cum se observă din figura următoare:

Figura 1.46. - Disponibilitatea de a cumpăra fructe la prețuri mai mari



Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții cu venituri între 3001-5000 lei și peste 6000 lei ar cumpăra fructe la prețuri mai mari, într-o proporție mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venituri, dacă fie sunt certificate ecologic, fie au o calitate superioară sau sunt de proveniență autohtonă. Respondenții cu venituri între 2001-3000 lei ar cumpăra fructe la prețuri mai mari, într-o proporție mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venituri, dacă fie sunt produse și certificate ecologic, fie au o calitate superioară.

Întrebarea șaptesprezece, „Care este procentul de fructe cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de sezon?”, vizează procentul de fructe cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de sezon. Astfel, în urma centralizării răspunsurilor, nu sunt diferențe semnificative între sezoane, așa cum rezultă și din figura următoare:

- 45-50% dintre respondenți aruncă sub 10% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;
- 18-19% dintre respondenți aruncă 10% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;
- 12-13% dintre respondenți aruncă 20% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;
- 9-12% dintre respondenți aruncă 30% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;
- 5-6% dintre respondenți aruncă 40% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;
- 4% dintre respondenți aruncă 50-60% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;
- 1-3% dintre respondenți aruncă 70% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;

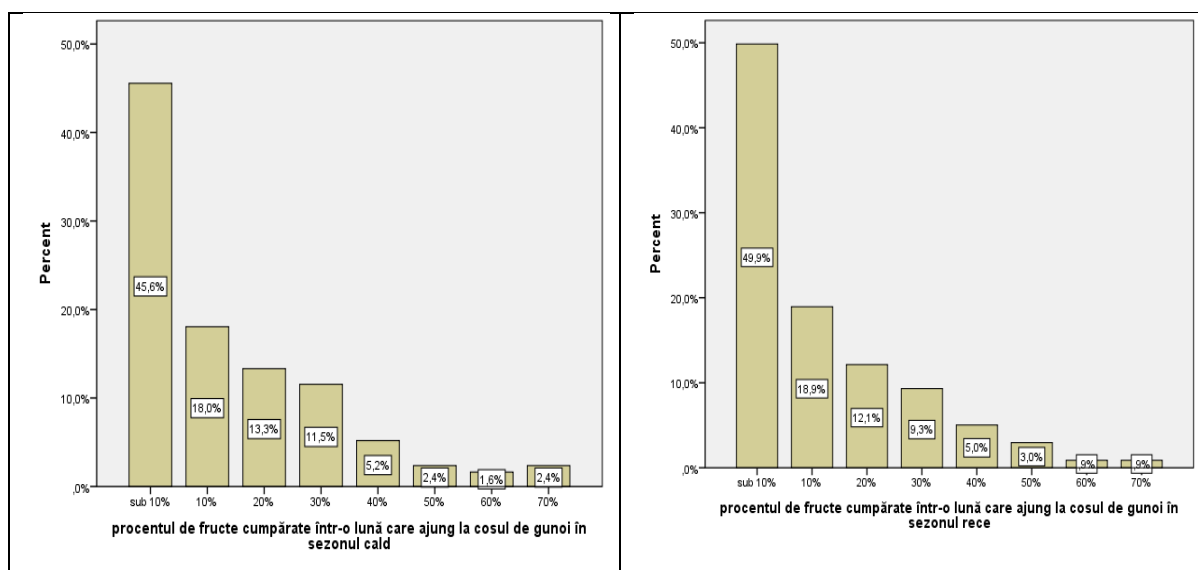


Figura 1.47. - Procentul de fructe cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de sezon Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la procentul de fructe cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de venit, respondenții cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei sunt cei care aruncă în ponderea cea mai mare sub 10% din fructe în sezonul cald, în timp ce în sezonul rece sunt cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, așa cum se observă din figura următoare:

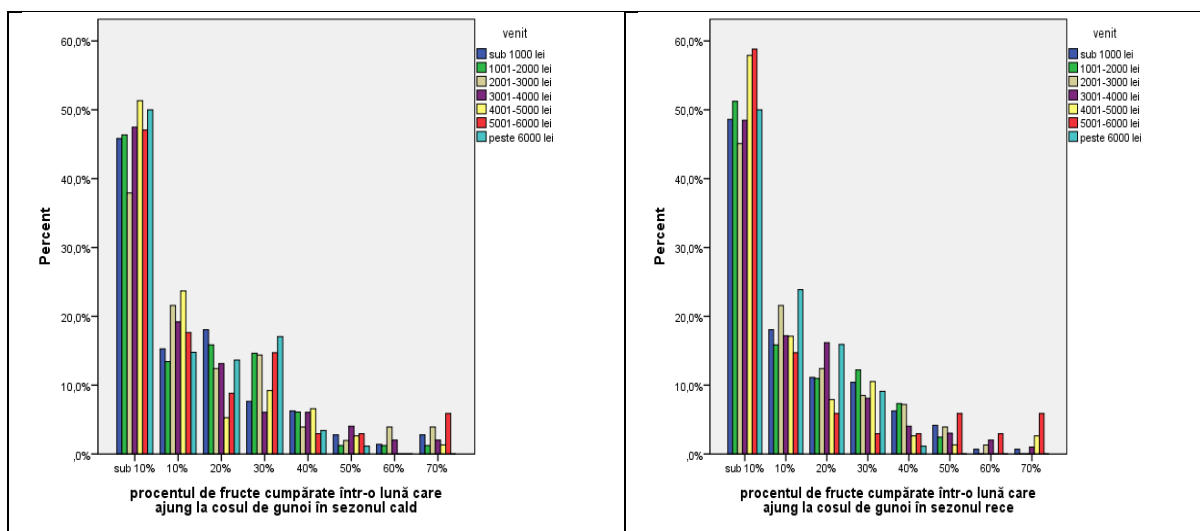


Figura 1.48. - Procentul de fructe cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de venit Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții cu venituri cuprinse între 2001-4000 lei sunt cei care aruncă în ponderea cea mai mare 50-60% din fructe în sezonul cald, în timp ce în sezonul rece sunt cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Întrebarea optsprezece, „Care sunt sursele principale de informare referitoare la o alimentație sănătoasă?”, vizează identificarea principalelor surse de informare referitoare la o alimentație sănătoasă. Fiind o întrebare cu răspunsuri multiple, identificăm mai multe categorii de respondenți, în sensul în care sunt cei care se informează doar dintr-o singură sursă și cei care apelează la mai multe surse de informare.

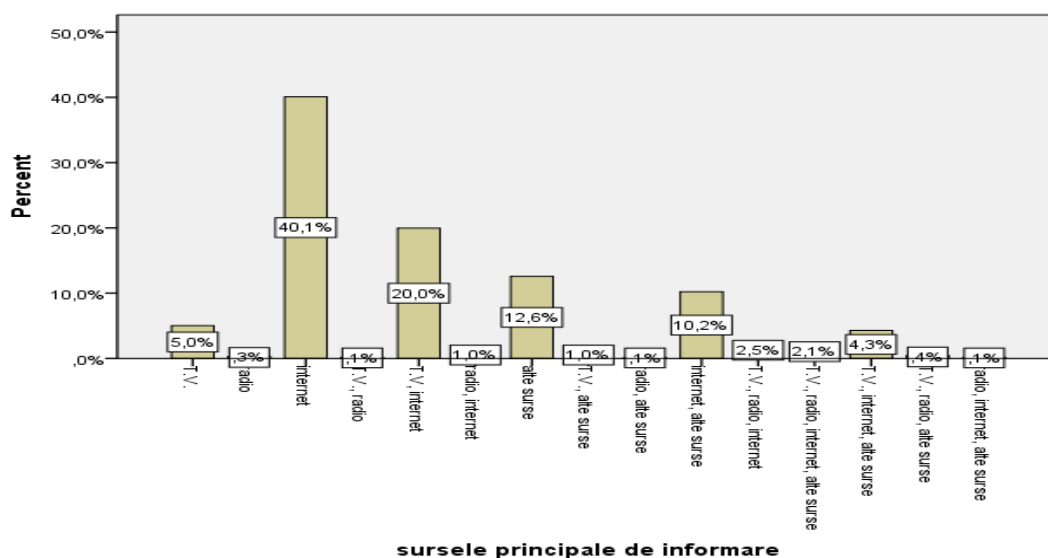


Figura 1.49. - Sursele de informare referitoare la alimentația sănătoasă
Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare
Dacă ne referim la cei care apelează la o singură sursă, se remarcă faptul că:

- 40,1% apelează la internet, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;
- 5,0% dintre respondenți apelează la T.V., într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;
- 0,3% dintre respondenți apelează la radio, fiind numai cei cu venituri sub 3000 lei.

Dacă ne referim la cei care apelează la mai multe surse de informare, se remarcă faptul că:

- 20,0% dintre respondenți apelează la T.V. și internet, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;

- 12,6% dintre respondenți apelează la alte surse, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri de peste 6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;

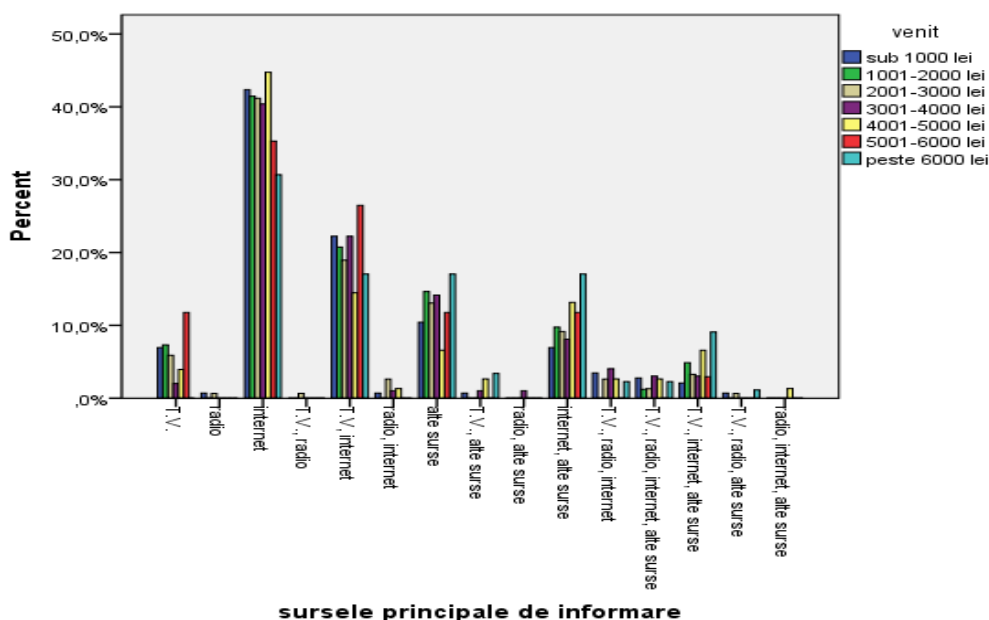


Figura 1.50. - Sursele de informare referitoare la alimentația sănătoasă în funcție de venit

Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

- 10,2% dintre respondenți apelează la internet și alte surse, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri de peste 6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;

- 4,3% dintre respondenți apelează la T.V., internet și alte surse, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri de peste 6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

Întrebarea nouăsprezece, „Considerați utilă informarea în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de fructe?”, vizează utilitatea informării în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de fructe. În urma

centralizării rezultatelor, 96,7% apreciază pozitiv informarea, în timp ce 3,3% apreciază negativ, indiferent de venit, așa cum rezultă din figura următoare:

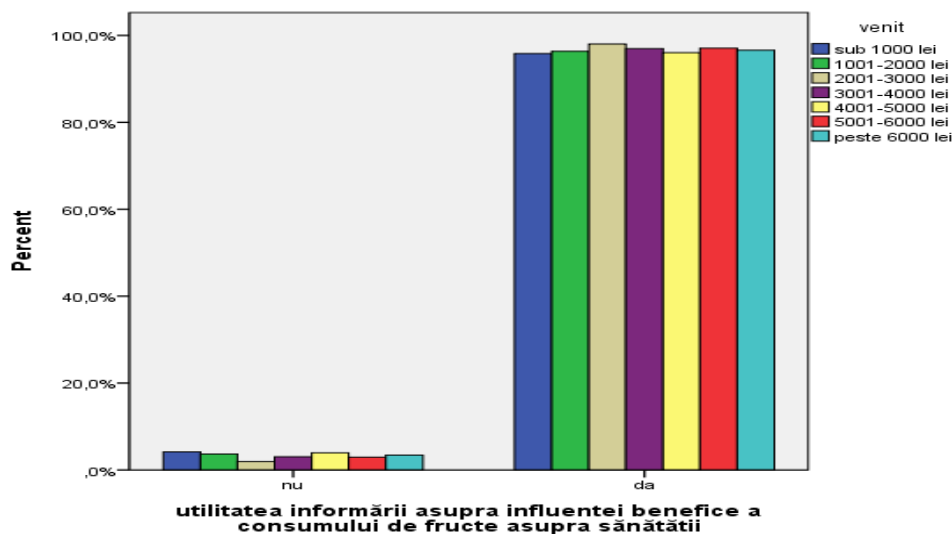


Figura 1.51. - Utilitatea informării în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de fructe Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Întrebarea douăzeci, „Aveți recomandări față de producătorii de fructe? Dacă răspunsul este afirmativ, vă rugăm să le menționați”, vizează identificarea recomandărilor pentru producătorii de fructe. În urma centralizării rezultatelor, 12% dintre respondenți au recomandări care vizează aspecte referitoare la producție, cât și la comercializare, așa cum rezultă din figura următoare:

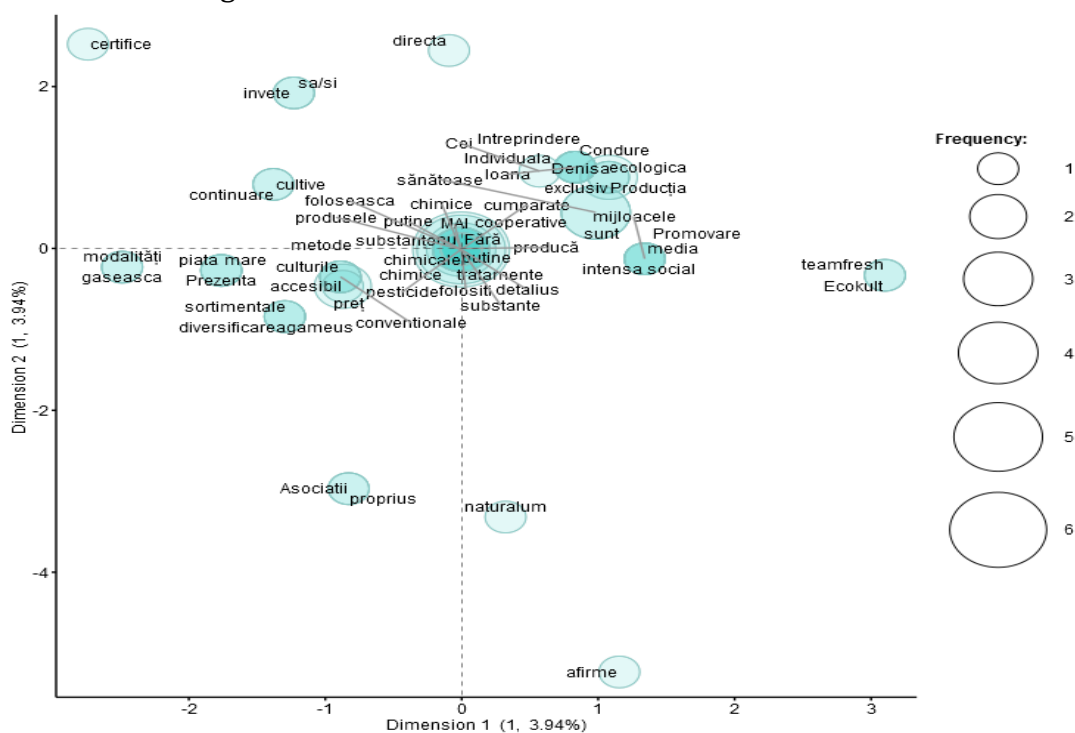


Figura 1.52. - Recomandări pentru producătorii de fructe Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Dacă ne referim la producție, au fost formulate următoarele recomandări pentru producătorii de fructe:

- creșterea atenției în ceea ce privește tratamentele chimice aplicate, prin reducerea frecvenței și volumului acestora;
- diversificarea producției, prin orientarea către agricultura ecologică și parcurgerea tuturor etapelor necesare în acest sens;
- dezvoltarea și creșterea suprafețelor cultivate cu produse de calitate pentru a avea prețuri competitive;
- folosirea soiurilor locale, deoarece au gust, calitate superioară și pot fi considerate sustenabile pe termen lung;
- creșterea preocupărilor privind aspectele calitative ale fructelor (gustul, aroma etc.) și mai puțin pe cele cantitative (mărimea, aspectul comercial etc.).

Dacă ne referim la comercializare/distribuție, au fost formulate următoarele recomandări pentru producătorii de fructe:

- organizarea în asociații/cooperative prin intermediul cărora să crească puterea de negociere în relația cu supermarketurile/hipermarketurile, astfel încât să fie eliminați intermediarii;
- creșterea atenției acordate promovării produselor, utilizând toate instrumentele necesare (inclusiv online), astfel încât clienții/consumatorii să fie mai bine informați;
- utilizarea atributului “biologic/ecologic” numai în cazul în care produsele sunt certificate de organisme abilitate în acest sens;
- diversificarea canalelor de distribuție, atât prin crearea de magazine proprii, care să permită distribuția directă către consumatorul final, cât și de magazine online;
- diversificarea modalităților de ambalare, prin utilizarea
- creșterea atenției acordate sistemului logistic;
- alocarea de resurse financiare pentru training-uri și cursuri pentru resursele umane;
- dezvoltarea de campanii de informare care să vizeze informarea consumatorilor privind efectele benefice ale consumului de fructe.

1.5. Concluzii

În ceea ce privește modelul de alimentație al respondenților, se remarcă următoarele aspecte principale:

- 30,1% dintre respondenți consumă mult și foarte mult cereale și produse din cereale;
- 74,9% dintre respondenți consumă mult și foarte mult carne și produse din carne;
- 62,3% dintre respondenți consumă mult și foarte mult lapte și produse din lapte;
- 18,9% dintre respondenți consumă mult și foarte mult pește și produse din pește;
- 72,2% dintre respondenți consumă mult și foarte mult legume;
- 63,0% dintre respondenți consumă mult și foarte mult fructe.

Cu referire strictă la consumul de fructe:

- 66,9% din persoanele de gen feminin și 51,2% din persoanele de gen masculin preferă fructele în consum;
- 35,0-45,0% din persoanele cu vârsta cuprinsă între 15-49 ani și 50% din persoanele cu vârsta peste 50 ani preferă fructele în consum;
- 61,1% din persoanele din mediul urban și 68,1% din persoanele din mediul rural preferă fructele în consum;
- în ceea ce privește frecvența de cumpărare a fructelor:
 - o în sezonul cald: 22% dintre persoane achiziționează fructe zilnic, 24,8% de 2-3 ori pe săptămână, 16,3% 1 dată pe săptămână și 19,1% ocazional;
 - o în sezonul rece: 3,7% dintre persoane achiziționează fructe zilnic, 22,8% de 2-3 ori pe săptămână, 47,7% 1 dată pe săptămână și 53,9% ocazional;
- în ceea ce privește sursele de aprovizionare cu fructe:
 - o producția internă nu reprezintă o sursă de aprovizionare pentru 37,9% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 7,7% dintre respondenți;
 - o producătorii agricoli nu reprezintă o sursă de aprovizionare pentru 18,0% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 8,1% dintre respondenți;
 - o piețele agroalimentare nu reprezintă o sursă de aprovizionare pentru 6,4% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 15,4% dintre respondenți;
 - o magazinele de proximitate nu reprezintă o sursă de aprovizionare pentru 15,7% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 13,2% dintre respondenți;

- supermarketul/hipermarketul nu reprezintă o sursă de aprovizionare pentru 3,0% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 37,0% dintre respondenți;
- magazinul online nu reprezintă o sursă de aprovizionare pentru 82,8% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 1,9% dintre respondenți;
- en-gros-ul nu o reprezintă sursă de aprovizionare pentru 73,2% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 2,4% dintre respondenți;
- ierarhizarea criteriilor în alegerea locului de achiziție a fructelor este următoarea: produsele proaspete disponibile, apropierea de casă, diversitatea sortimentală, prețurile accesibile practicate, calitatea superioară a fructelor și produsele ecologice disponibile;
- în ceea ce privește suma alocată, în medie, săptămânal pentru achiziția fructelor:
 - sub 10 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 4,1% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 3,8% dintre respondenți;
 - 11-25 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 15,4% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 3,8% dintre respondenți;
 - 26-50 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 17,9% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 16,0% dintre respondenți;
 - 51-100 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 12,9% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 10,4% dintre respondenți;
 - peste 100 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 4,7% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 2,5% dintre respondenți;
- ierarhizarea criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor este următoarea: prospețimea, aspectul, gustul, prețul;
- în primul rând, respondenții preferă să cumpere fructe la un preț mai mare dacă acestea prezintă o calitate mai ridicată, respectiv preferă să cumpere fructe românești la un preț mai mare. De asemenea, respondenții nu preferă să cumpere fructe din import la un preț mai avantajos, respectiv nu preferă să cumpere fructe la un preț mai redus indiferent de calitatea și proveniența acestora.
- ierarhizarea criteriilor în decizia de cumpărare a fructelor este următoarea: calitatea, locul unde au fost produse, modul de producție, țara de proveniență, prețul și ofertele promoționale disponibile;
- ordinea preferințelor respondenților în ceea ce privește consumul de fructe este: în stare proaspătă, conservate și congelate/deshidratate;
- în ceea ce privește frecvența de consum a fructelor, 45,3% dintre respondenți consumă zilnic și 40,7% săptămânal;
- 1%-5% dintre respondenți nu consumă deloc mere, nectarine, piersici, cireșe și vișine, căpșuni, banane, portocale și mandarine sau struguri. De asemenea,

între 5%-10% nu consumă pere, caise și kiwi. Pe primele locuri, în funcție de cantitatea consumată, se află bananele, portocalele și mandarinele, iar la polul opus: kiwi, perele și prunele;

- 63,8% dintre respondenți aleg fructele de proveniență românească într-o măsură ridicată, respectiv 34,9% într-o măsură redusă;
- 56,1% dintre respondenți apreciază gustul fructelor de proveniență românească într-o foarte mare măsură și 32,7% într-o mare măsură. De asemenea, fructele de proveniență românească sunt apreciate ca având un gust mai bun, urmat de faptul că sunt mai sănătoase, respectiv au un conținut mai redus de substanțe chimice.
- în ceea ce privește gradul de acoperire al necesităților cu fructe, din punct de vedere al diversității sortimentale, 46,6% dintre respondenți consideră că necesitățile lor sunt acoperite într-un grad bun, iar 20,0% într-un grad foarte bun;
- 76,0% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate de producătorii agricoli și 69,7% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate în piețele agroalimentare;
- 34,3% dintre respondenți ar cumpăra fructe dacă ar avea o calitate superioară, 14,1% dintre respondenți ar cumpăra fructe dacă ar fi produse și certificate ecologic și 6,1% dintre respondenți ar cumpăra fructe dacă ar fi de proveniență autohtonă;
- 45-50% dintre respondenți aruncă sub 10% din fructele cumpărate indiferent de sezon și 18-19% dintre respondenți aruncă 10% din fructele cumpărate, indiferent de sezon;
- în ceea ce privește principalele surse de informare referitoare la o alimentație sănătoasă: 40,1% apelează la internet, 5,0% dintre respondenți apelează la T.V. și 0,3% dintre respondenți apelează la radio;
- 96,7% apreciază pozitiv informarea în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de fructe.

1.6. Bibliografie

1. Aaker, D.K., Essentials of Marketing Research, United States of America, 2007
2. Balaure, V., Proiectarea cercetărilor de marketing, Uranus, București, 2000
3. Bradley, N., Marketing research tools & techniques. , Oxford University Press., New York, 2007
4. Cătoiu, I., Cercetări de marketing. Tratat, Uranus, București, 2009
5. Kumar, V., Marketing Research, Pondicherry University, 2016;
6. Lădaru Georgiana-Raluca, Sima Violeta, Introducere în cercetări de marketing, ASE, București, 2017;
7. Malhotra, N., Marketing Research: An Applied Orientation. A, sia: Pearson Education., 2009
8. Smith, S. A., An introduction to marketing research, 2010

ANEXE

LISTA TABELELOR

TABELUL 1.1. - OBIECTIVELE ȘI IPOTEZELE CERCETĂRII	6
TABELUL 1.2. - IMPORTANȚA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A FRUCTELOR	27
TABELUL 1.3. - LOCUL ACORDAT CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A FRUCTELOR.....	27
TABELUL 1.4. - IMPORTANȚA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	31
TABELUL 1.5. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A FRUCTELOR.....	31
TABELUL 1.6. - OPINIA RESPONDENȚILOR ÎN LEGĂTURA CU AFIRMAȚIILE REFERITOARE LA DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	32
TABELUL 1.7. - SCORUL OBȚINUT DE AFIRMAȚIILE REFERITOARE LA DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	33
TABELUL 1.8. - IMPORTANȚA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	33
TABELUL 1.9. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	34
TABELUL 1.10. - PREFERINȚELE ÎN CEEA CE PRIVEȘTE CONSUMUL DE FRUCTE	35
TABELUL 1.11. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	35
TABELUL 1.12. - PREFERINȚELE RESPONDENȚILOR ÎN CEEA CE PRIVEȘTE CANTITATEA DE FRUCTE CONSUMATĂ.....	37
TABELUL 1.13. - NOTA OBȚINUTĂ ÎN FUNCȚIE DE CANTITATEA CONSUMATĂ DE FRUCTE.....	38
TABELUL 1.14. - NOTA OBȚINUTĂ DE FRUCTELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ... 41	
TABELUL 1.15. - PREFERINȚELE RESPONDENȚILOR ÎN CEEA CE PRIVEȘTE CANTITATEA DE FRUCTE CONSUMATĂ.....	43
TABELUL 1.16. - NOTA OBȚINUTĂ ÎN FUNCȚIE DE CANTITATEA CONSUMATĂ DE FRUCTE.....	44

LISTA FIGURILOR

FIGURA 1.1. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE GEN	10
FIGURA 1.2. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE VÂRSTĂ	11
FIGURA 1.3. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE MEDIUL DE REȘEDINȚĂ...	11
FIGURA 1.4. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE JUDEȚUL DE DOMICILIU ..	12
FIGURA 1.5. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE NIVELUL STUDIILOR.....	12
FIGURA 1.6. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE OCUPAȚIE.....	13
FIGURA 1.7. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE NIVELUL VENITULUI	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
FIGURA 1.8. - STRUCTURA CONSUMULUI DE CEREALE ȘI PRODUSE DIN CEREALE.....	14
FIGURA 1.9. - STRUCTURA CONSUMULUI DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE	15
FIGURA 1.10. - STRUCTURA CONSUMULUI DE LAPTE ȘI PRODUSE DIN LAPTE	15
FIGURA 1.11. - STRUCTURA CONSUMULUI DE PEȘTE.....	16
FIGURA 1.12. - STRUCTURA CONSUMULUI DE LEGUME	16
FIGURA 1.13. - STRUCTURA CONSUMULUI DE FRUCTE	17
FIGURA 1.14. - STRUCTURA CONSUMULUI DE FRUCTE ÎN FUNCȚIE DE GEN ȘI VÂRSTĂ	17
FIGURA 1.15. - STRUCTURA CONSUMULUI DE FRUCTE ÎN FUNCȚIE DE MEDIUL DE REȘEDINȚĂ ȘI VENIT.....	18
FIGURA 1.16. - STRUCTURA FRECVENȚEI DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
FIGURA 1.17. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG PRODUCȚIA PROPRIE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU FRUCTE.....	20
FIGURA 1.18. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG PRODUCĂTORII AGRICOLI CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU FRUCTE	21
FIGURA 1.19. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG PIETELE AGROALIMENTARE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU FRUCTE.....	22
FIGURA 1.20. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG MAGAZINELE DE PROXIMITATE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU FRUCTE	23
FIGURA 1.21. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG SUPERMARKETUL/HIPERMARKETUL CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU FRUCTE	24
FIGURA 1.22. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG MAGAZINUL ONLINE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU FRUCTE.....	25
FIGURA 1.23. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG EN-GROS-UL CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU FRUCTE	26
FIGURA 1.24. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ SUB 10 LEI PENTRU ACHIZIȚIA FRUCTELOR.....	28

FIGURA 1.25. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ ÎNTRE 11-25 LEI PENTRU ACHIZIȚIA FRUCTELOR.....	28
FIGURA 1.26. -STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ ÎNTRE 26-50 LEI PENTRU ACHIZIȚIA FRUCTELOR.....	29
FIGURA 1.27. STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ ÎNTRE 51-100 LEI PENTRU ACHIZIȚIA FRUCTELOR	30
FIGURA 1.28. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ PESTE 100 LEI PENTRU ACHIZIȚIA FRUCTELOR.....	30
FIGURA 1.29. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A FRUCTELOR	31
FIGURA 1.30. - SCORUL OBȚINUT DE AFIRMAȚIILE REFERITOARE LA DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	32
FIGURA 1.31. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	34
FIGURA 1.32. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A FRUCTELOR.....	35
FIGURA 1.33. - FRECVENȚA DE CONSUM A FRUCTELOR.....	36
FIGURA 1.34. - STRUCTURA FRECVENȚEI DE CONSUM A FRUCTELOR ÎN FUNCȚIE DE VENIT	36
FIGURA 1.35. - NOTA OBȚINUTĂ ÎN FUNCȚIE DE CANTITATEA DE FRUCTE CONSUMATĂ	37
FIGURA 1.36. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG FRUCTELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ.....	38
FIGURA 1.37. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG FRUCTELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ ÎN FUNCȚIE DE VENIT	39
FIGURA 1.38. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG FRUCTELE PROVENITE DIN IMPORT	39
FIGURA 1.39. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG FRUCTELE PROVENITE DIN IMPORT ÎN FUNCȚIE DE VENIT.....	39
FIGURA 1.40. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR ÎN RAPORT CU APRECIERILE FAȚĂ DE FRUCTELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ	40
FIGURA 1.41. - NOTA OBȚINUTĂ DE FRUCTELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ.....	41
FIGURA 1.42. - GRADUL DE ACOPERIRE AL NECESITĂȚILOR CU FRUCTE	42
FIGURA 1.43. - GRADUL DE ACOPERIRE AL NECESITĂȚILOR CU FRUCTE ÎN FUNCȚIE DE VENIT	42
FIGURA 1.44. - NOTA OBȚINUTĂ DE SURSELE DE APROVIZIONARE CU FRUCTE.....	43
FIGURA 1.45. - DISPONIBILITATEA DE A CUMPĂRA FRUCTE LA PREȚURI MAI MARI ..	44
FIGURA 1.46. - DISPONIBILITATEA DE A CUMPĂRA FRUCTE LA PREȚURI MAI MARI ..	45
FIGURA 1.47. - PROCENTUL DE FRUCTE CUMPĂRATE ÎNTR-O LUNĂ CARE AJUNG LA COȘUL DE GUNOI, ÎN FUNCȚIE DE SEZON	46
FIGURA 1.48. - PROCENTUL DE FRUCTE CUMPĂRATE ÎNTR-O LUNĂ CARE AJUNG LA COȘUL DE GUNOI, ÎN FUNCȚIE DE VENIT	47

FIGURA 1.49. - SURSELE DE INFORMARE REFERITOARE LA ALIMENTAȚIA SĂNĂTOASĂ	47
FIGURA 1.50. - SURSELE DE INFORMARE REFERITOARE LA ALIMENTAȚIA SĂNĂTOASĂ ÎN FUNCȚIE DE VENIT	48
FIGURA 1.51. - UTILITATEA INFORMĂRII ÎN CEEA CE PRIVEȘTE INFLUENȚA BENEFICĂ PENTRU SĂNĂTATE A CONSUMULUI DE FRUCTE	49
FIGURA 1.52. - RECOMANDĂRI PENTRU PRODUCĂTORII DE FRUCTE	49

Consilier editorial: Valentin-Mihai BOHATEREȚ
Secretar tehnic de redacție: Delia Margareta GOGU
Operator tipografie: Carmen SEVASTRU

Bun de tipar: 05.10.2020
Apărut: 10.10.2020
Format: B5
Tiraj: 350 ex.

Editura „Terra Nostra” Iași
CP 1344, OP 6, Iași, 700503
Tel./fax 0232 235910
Editură acreditată CNCIS 029/2006, reacreditată 2010

ISBN 978-606-623-120-6