

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

**Diana ILIE  
Georgiana-Raluca LĂDARU**

**Editura Terra Nostra  
IAȘI, 2020**

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**  
**ILIE, DIANA MARIA**  
**Studiu de marketing privind preferințele consumatorilor față**  
**de legume / Diana Maria Ilie, Georgiana-Raluca Lădaru. - Iași :**  
Terra Nostra, 2020

Conține bibliografie  
ISBN 978-606-623-125-1

I. Lădaru, Georgiana Raluca

339

Copyright © 2020, Diana Maria Ilie, Raluca Ladaru

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 legume"* 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:**

Dr. ing. Diana Maria ILIE– ICEADR București

Conf. univ. dr. Georgiana-Raluca LĂDARU –ASE București



## CUPRINS

<b>INTRODUCERE</b> .....	7
1. Obiectivele și ipotezele cercetării .....	8
2. Metodologia cercetării .....	12
3. Dimensiunea și structura eșantionului.....	13
4. Interpretarea rezultatelor .....	17
<b>Concluzii</b> .....	54
<b>Bibliografie</b> .....	57
<b>LISTA TABELELOR</b> .....	58
<b>LISTA FIGURILOR</b> .....	59



## INTRODUCERE

Alimentația echilibrată a omului reprezintă un subiect sensibil pentru lumea medicală. Proporția în care fiecare element nutritiv ar trebui să fie prezent în alimentație depinde de factori precum vârsta, greutatea sau nivelul de activitate fizică zilnică. Însă, un lucru este sigur, în piramida lui Maslow legumele se află pe a doua treaptă de importanță în consum, după cereale, fiind astfel o categorie de importanță majoră. Beneficiile consumului de legume nu pot fi reduse la aportul unei singure categorii de elemente nutritive, ci consumul acestora asigură o paletă largă de nutrienți, de la binecunoscutele vitamine (în proporții majoritare se află vitaminele A, C și complexul vitaminelor B) și minerale (calciu, magneziu, fier, potasiu, zinc, sulf etc), la glucide, grăsimi și proteine în cantități mici, dar cu avantajul unei digestibilități crescute, la prezența fibrelor celulozice, elemente care asigură un tranzit intestinal optim, și, nu în ultimul rând, o cantitate semnificativă de apă, care asigură hidratarea organismului.

Varza, conopida, salata sau ceapa au un conținut ridicat în fosfor, care neutralizează aciditatea provocată de consumul altor alimente precum carnea, peștele sau făina, în timp ce altele se remarcă prin conținutul ridicat de fier și cupru cu rol antianemic (spanacul, pătrunjelul de frunze, salata, fasolea verde, mazărea verde etc.). Necesarul de 600 mg calciu/corp omenesc/zi (10 mg/kg corp) se acoperă ușor prin consumul de spanac, varză, fasole. Prin consumul legumelor bogate în fier (sfecălă roșie, spanac, conopidă) se acoperă, în măsură semnificativă, necesarul de 12-15 mg/corp omenesc/zi din acest element. Pentru asigurarea necesarului de 600 mg/corp/zi fosfor, se recomandă consumul de mazăre fasole și spanac.

Legumele acoperă, în proporție de 10%, necesarul de 1440 kcal/zi pentru un om. Aportul energetic ridicat la 100 gr s.p. al multor legume, este dat de: 100 cal. – hreanul, 70-75 cal. morcovul și mazărea și 137 cal. ceapa. În proporție de 5-10% se recomandă acoperirea, cu proteine din legume a necesarului pentru acest principiu nutritiv de 60-70 gr/zi (1 gr/kg corp/zi).

Având în vedere cele menționate, se consideră că legumele reprezintă o categorie economică importantă în consumul alimentar uman. În acest caz, s-a considerat necesară studierea profilului consumatorilor de legume din România.

Determinarea profilului consumatorilor de legume s-a realizat utilizându-se ca metodă de cercetare acheta cantitativă, având ca instrument de lucru un chestionar autoadministrat. Eșantionul selectat a fost compus din 403 respondenți. Chestionarul a fost structurat în 27 întrebări, din care 26 întrebări cu răspuns închis și 1 întrebare cu răspuns deschis.

## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe cereale și produse din cereale</li> <li>• 60% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe carne și produse din carne</li> <li>• 70% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe lapte și produse lactate</li> <li>• 15% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe pește</li> <li>• 60% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe fructe</li> <li>• 50% dintre respondenți se bazează mult în alimentație pe cereale și produse din cereale</li> </ul>	1. Pe ce se bazează alimentația dvs.? <ul style="list-style-type: none"> <li>• cereale și produse din cereale</li> <li>• carne și produse din carne</li> <li>• lapte și produse lactate</li> <li>• pește</li> <li>• legume</li> <li>• fructe</li> </ul>
Determinarea frecvenței de cumpărare a legumelor, în funcție de sezon	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35% dintre respondenți achiziționează zilnic legume în sezonul cald</li> <li>• 60% dintre respondenți achiziționează o dată pe săptămână legume în sezonul rece</li> </ul>	2. Cu ce frecvență cumpărați legume? zilnic <ul style="list-style-type: none"> <li>• de 2-3 ori pe săptămână</li> <li>• dată pe săptămână</li> <li>• ocazional</li> </ul>
Stabilirea surselor de aprovizionare cu legume	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% dintre respondenți au producția proprie ca sursă principală de aprovizionare a legumelor</li> <li>• 50% dintre respondenți au piețele agroalimentare ca sursă principală de aprovizionare a legumelor</li> </ul>	3. Care este sursa de aprovizionare a legumelor pe care le consumați? <ul style="list-style-type: none"> <li>• producția proprie</li> <li>• producători agricoli</li> <li>• piețe agroalimentare</li> <li>• magazine de proximitate</li> <li>• supermarket/hipermarket</li> <li>• magazine online</li> <li>• en-gros</li> </ul>
Identificarea importanței criteriilor de alegere a locului preferat de achiziție a legumelor	55% dintre respondenți consideră disponibilitatea legumelor proaspete ca principalul criteriu în alegerea locului preferat de achiziție a legumelor	4. Ce importanță au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a legumelor menționat anterior ca 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"> <li>• apropierea de casă</li> <li>• diversitatea sortimentală</li> <li>• prețurile accesibile practicate</li> <li>• produse proaspete disponibile</li> <li>• produse ecologice disponibile</li> <li>• calitatea superioară a legumelor</li> </ul>
Determinarea sumei alocate săptămânal pentru cumpărarea legumelor	20% dintre respondenți alocă, în medie, săptămânal între 26-50 lei pentru achiziția	5. Ce sumă alocați în medie săptămânal pentru cumpărarea legumelor? <ul style="list-style-type: none"> <li>• &lt; 10 lei</li> </ul>

	legumelor, indiferent de sezon	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11-25 lei</li> <li>• 26-50 lei</li> <li>• 51-100 lei</li> <li>• &gt; 100 lei</li> </ul>
Identificarea importanței criteriilor care influențează decizia de cumpărare a legumelor	35% dintre respondenți consideră aspectul ca principalul criteriu în decizia de cumpărare a legumelor	6. Acordați o notă de la 1 la 5 următoarelor criterii în decizia de cumpărare a legumelor? (1 - cel mai important factor) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspect</li> <li>• Culoare</li> <li>• Gust</li> <li>• Preț</li> <li>• Prospețime</li> </ul>
Determinarea opiniei respondenților privind diferite afirmații referitoare la decizia de cumpărare a legumelor	35% dintre respondenți preferă să cumpere legume românești la un preț mai mare	7. Care este opinia dvs. în legătură cu următoarele afirmații referitoare la decizia de cumpărare a legumelor? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prefer să cumpăr legume din import la un preț mai avantajos.</li> <li>• Prefer să cumpăr legume românești la un preț mai mare.</li> <li>• Prefer să cumpăr legume la un preț mai redus indiferent de calitatea și proveniența acestora.</li> <li>• Prefer să cumpăr legume la un preț mai mare, la o calitate mai ridicată.</li> </ul>
Identificarea importanței acordate diferiților factori în decizia de cumpărare a legumelor	45% dintre respondenți consideră calitatea drept principalul criteriu în decizia de cumpărare a legumelor	8. Notați în ordinea importanței, factorii care determină decizia de cumpărare a legumelor (unde 1 este cel mai important factor, iar 6 cel mai puțin important factor). * <ul style="list-style-type: none"> <li>• locul unde au fost produse (livadă, seră/solar)</li> <li>• modul de realizare (convențional/ecologic)</li> <li>• prețul</li> <li>• calitatea</li> <li>• țara de proveniență a produsului</li> <li>• ofertele promoționale</li> </ul>
Determinarea preferințelor respondenților în ceea ce privește consumul de legume	85% dintre respondenți preferă în consum legumele proaspete	9. Care este ordinea preferințelor dvs. în ceea ce privește consumul de legume (unde 1 este principala preferință)? <ul style="list-style-type: none"> <li>• în stare proaspătă</li> <li>• conservate (compot, dulceață etc.)</li> <li>• congelate/deshidratate</li> </ul>
Identificarea frecvenței de consum a legumelor în stare proaspătă	45% dintre respondenți consumă zilnic legume proaspete	10. Care este frecvența cu care consumați legume în stare proaspătă? * <ul style="list-style-type: none"> <li>• zilnic</li> <li>• de 2-3 ori pe săptămână</li> <li>• dată pe săptămână</li> <li>• ocazional</li> </ul>
Determinarea frecvenței de consum a diferitelor categorii de legume	90% dintre respondenți consumă multe tomate, castraveți, salată	11. Cum apreciați consumul următoarelor legume în alimentația dvs.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• tomate</li> <li>• castraveți</li> <li>• varză</li> <li>• conopidă, broccoli</li> <li>• ardei</li> <li>• vinete</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ceapă, usturoi</li> <li>• salată</li> <li>• rădăcinoase (morcovi, țelină, gulie, ridichi etc.)</li> <li>• verdețuri (pătrunjel, mărar, leuștean etc.)</li> </ul>
Identificarea sursei de proveniență a legumelor consumate	70% dintre respondenți consumă multe legume de proveniență românească	12. Consumul dvs. se bazează, în principal, pe legume: <ul style="list-style-type: none"> <li>• de proveniență românească</li> <li>• provenite din import</li> </ul>
Determinarea atributelor care sunt apreciate la legumele de proveniență românească	80% dintre respondenți apreciază gustul mai bun al legumelor de proveniență românească	13. Ce apreciați la legumele de proveniență românească? <ul style="list-style-type: none"> <li>• un gust mai bun</li> <li>• conținut redus de substanțe chimice</li> <li>• sunt mai sănătoase</li> </ul>
Determinarea gradului de acoperire al necesităților cu legume din punct de vedere al diversității	70% dintre respondenți au un grad bun de acoperire al necesităților cu legume din punct de vedere al diversității sortimentale	14. Gradul de acoperire al necesităților dumneavoastră cu legume din punct de vedere al diversității sortimentale este: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nesatisfăcător</li> <li>• Satisfăcător</li> <li>• Bun</li> <li>• Foarte bun</li> </ul>
Identificarea opiniei respondenților referitoare la prețurile practicate pentru legumele în stare proaspătă în raport cu calitatea	60% dintre respondenți consider justificate prețurile practicate de producătorii agricoli pentru legumele în stare proaspătă	15. Cum considerați prețurile practicate pentru legumele în stare proaspătă în raport cu calitatea? * <ul style="list-style-type: none"> <li>• producătorii agricoli</li> <li>• piețele agroalimentare</li> <li>• magazinele de proximitate</li> <li>• supermarket/hipermarket</li> <li>• magazinele online</li> <li>• en-gros</li> </ul>
Determinarea măsurii în care respondenții sunt dispuși să plătească prețuri mai mari	40% dintre respondenți sunt dispuși să cumpere legume la prețuri mai mari dacă au o calitate superioară	16. Sunteți dispus să cumpărați legume la prețuri mai mari dacă: * <ul style="list-style-type: none"> <li>• sunt produse și certificate ecologic</li> <li>• au o calitate superioară</li> <li>• sunt de proveniență autohtonă</li> <li>• Altele:</li> </ul>
Identificarea procentului de legume cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi	30% dintre respondenți aruncă sub 10% din legumele cumpărate indiferent de sezon	17. Care este procentul de legume cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de sezon? * <ul style="list-style-type: none"> <li>• sub 10%</li> <li>• 10%</li> <li>• 20%</li> <li>• 30%</li> <li>• 40%</li> <li>• 50%</li> <li>• 60%</li> <li>• 70%</li> </ul>
Identificarea surselor de informare utilizate privind alimentația sănătoasă	40% dintre respondenți apelează la internet ca sursă principală de informare referitoare la o alimentație sănătoasă	18. Care sunt sursele principale de informare referitoare la o alimentație sănătoasă? (mai multe răspunsuri posibile) * <ul style="list-style-type: none"> <li>• T.V</li> <li>• Radio</li> <li>• Internet</li> <li>• Alte surse</li> </ul>

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

Sursa: conceptualizarea autorilor

## 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 400 de persoane, utilizând o eroare de 5%.

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 legumelor sunt:

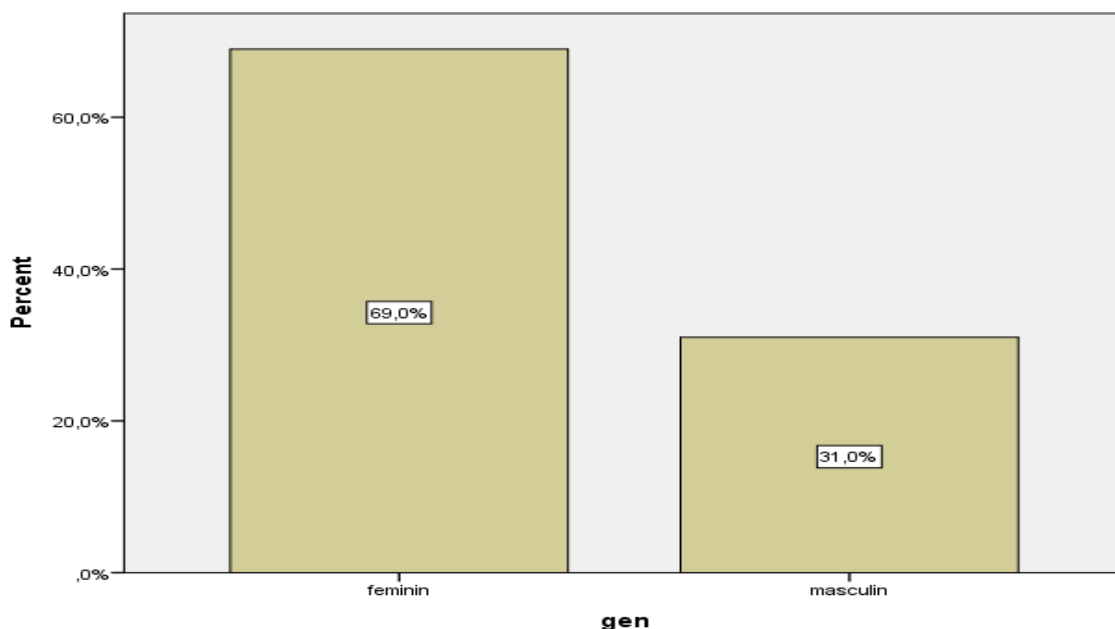
- variabile dependente: preferințele consumatorilor pentru legume;

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

### 3. Dimensiunea și structura eșantionului

Dimensiunea eșantionului a fost de 403 respondenți.

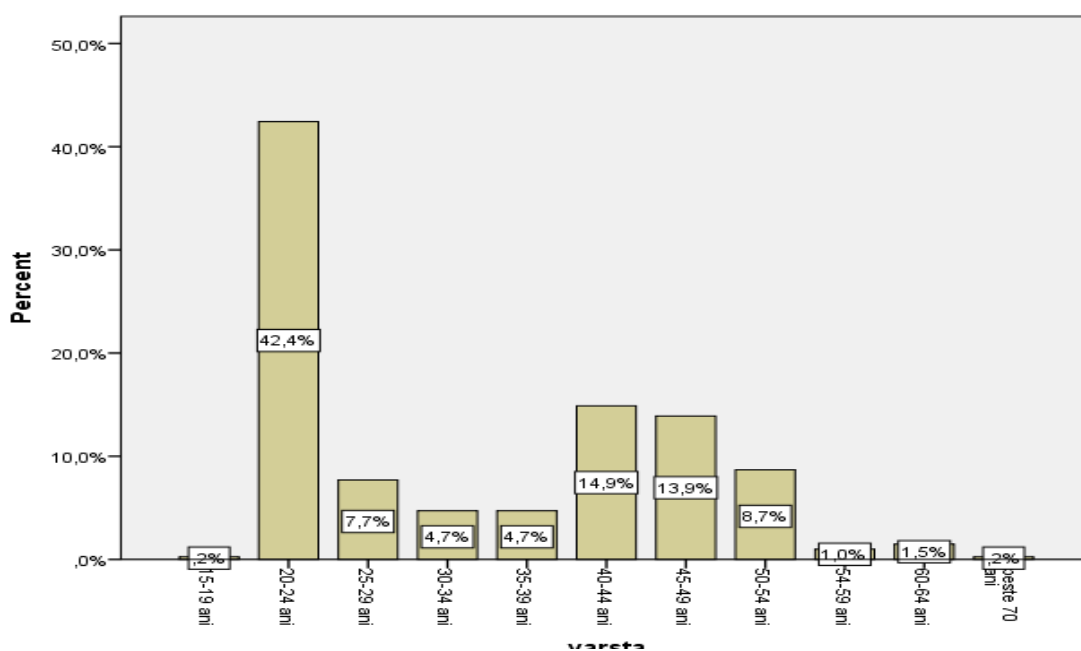
Din punct de vedere al genului, 69,0% persoane sunt de gen feminin și 31,0% persoane sunt de gen masculin, așa cum este prezentat în figura următoare:



**Figura 1.1. - Structura eșantionului în funcție de gen**

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

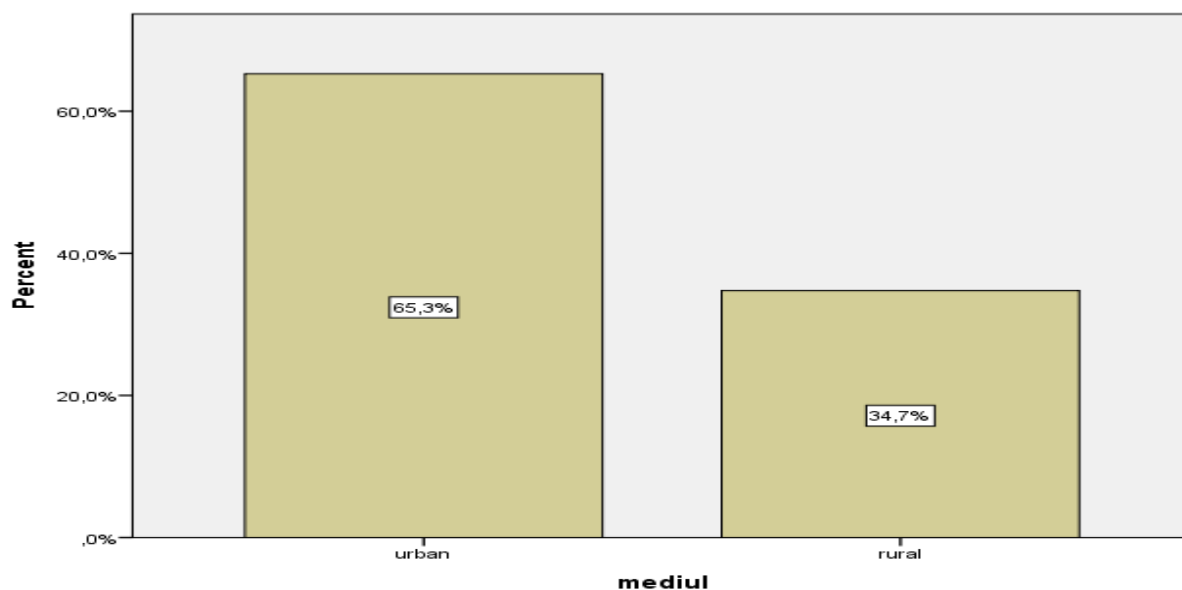
Din punct de vedere al vârstei, 50,3% dintre respondenți au vârsta de până la 29 ani, 38,2% dintre respondenți au vârsta cuprinsă între 30 și 49 ani, respectiv 11,4% dintre respondenți au vârsta de peste 50 de ani, așa cum este prezentat în figura următoare:



**Figura 1.2. - Structura eșantionului în funcție de vârstă**

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

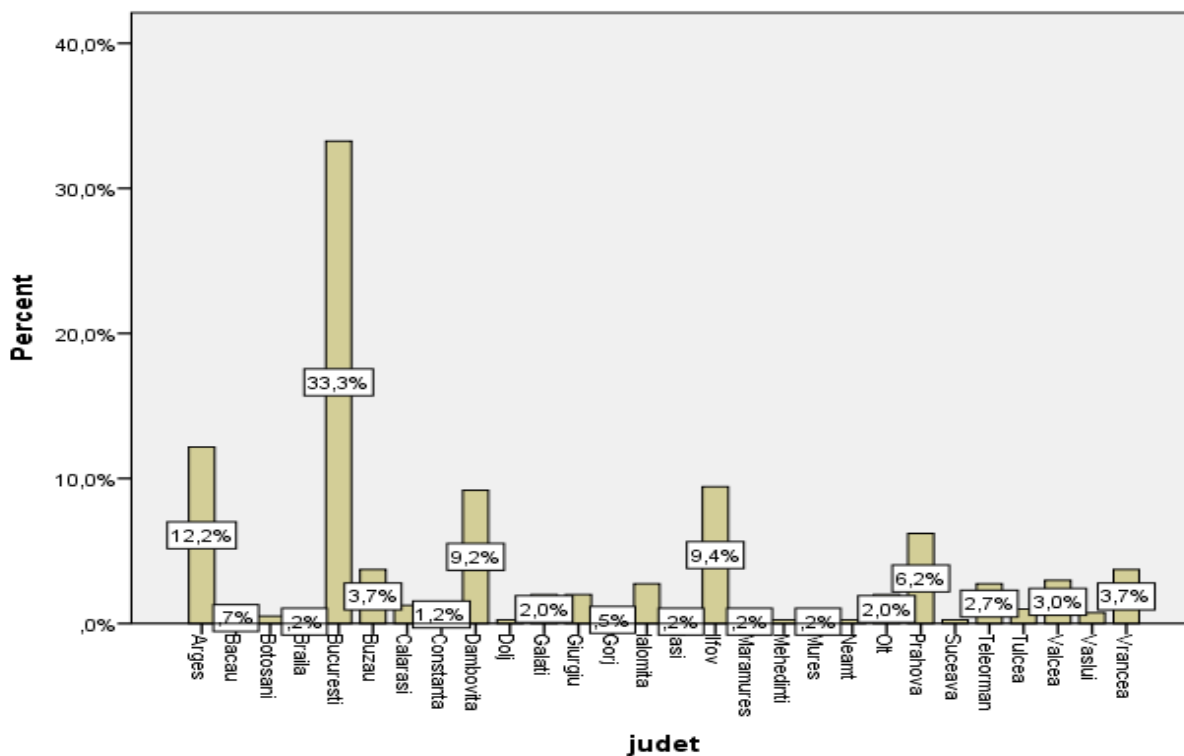
Din punct de vedere al mediului de reședință, 65,3% persoane sunt din mediul urban și 34,7% persoane sunt din mediul rural, așa cum este prezentat în figura următoare:



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

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

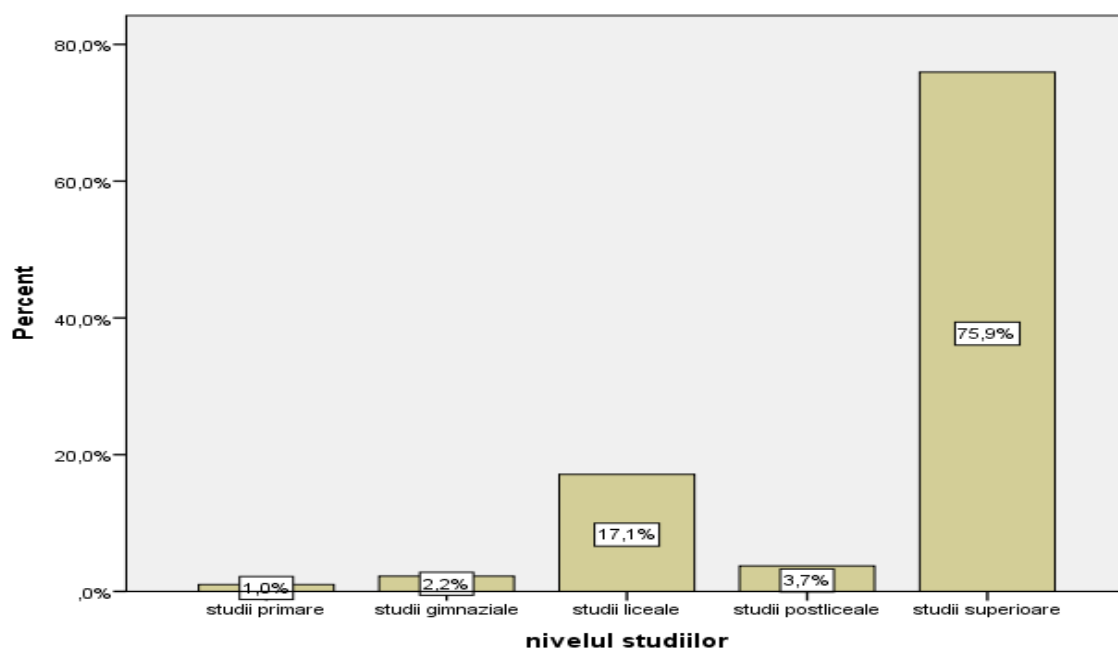
Din punct de vedere al județului de domiciliu, la această cercetare au participat respondenți din 32 de județe. 5 județe au participat cu 70,3%, respectiv București (33,3%), Argeș (12,26%), Ilfov (9,4%), Dâmbovița(9,2%) și Prahova (6,2%), așa cum este prezentat în figura următoare:



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

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

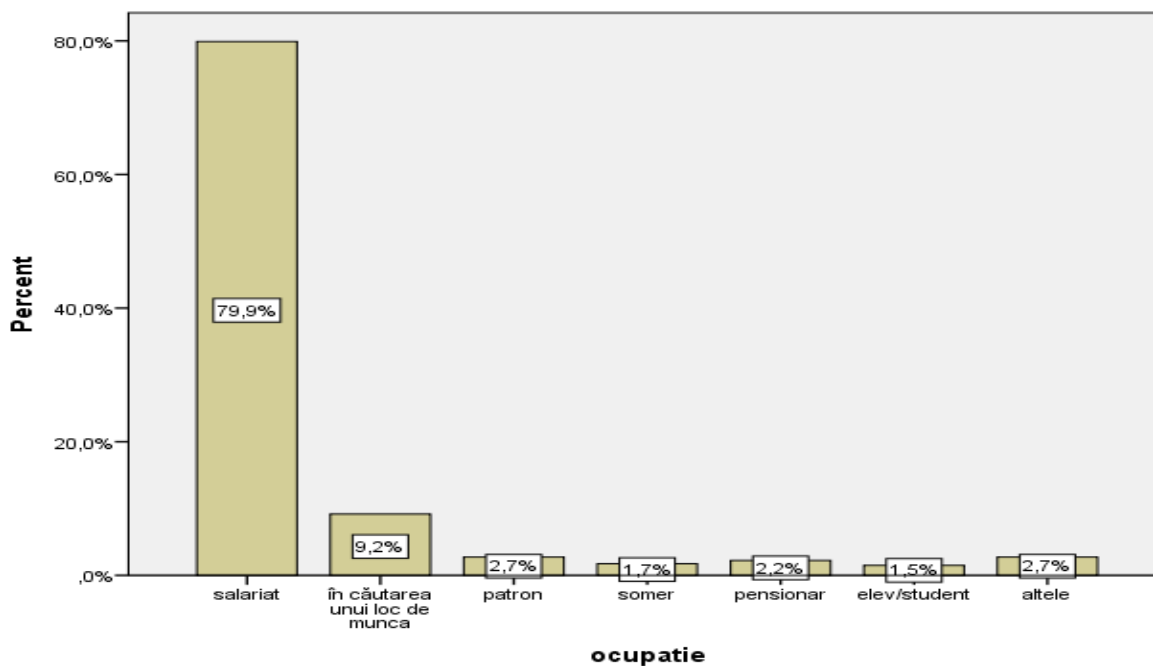
Din punct de vedere al nivelului studiilor, 75,9% au studii superioare, respectiv 17,1% au studii liceale, așa cum este prezentat în figura următoare:



**Figura 1.5. - Structura eșantionului în funcție de nivelul studiilor**

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

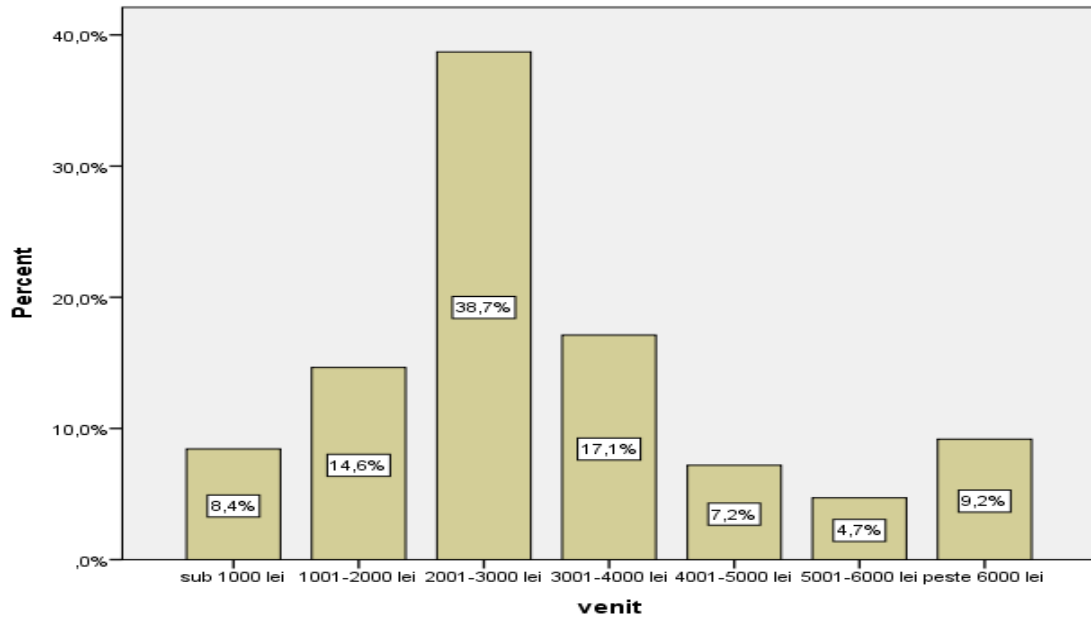
Din punct de vedere al ocupației, 79,9% sunt salariați, așa cum este prezentat în figura următoare:



**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, 55,8% au venituri cuprinse între 2001- 4000 lei, respectiv 14,6% au venituri cuprinse între 1001-2000 lei, așa cum este prezentat în figura următoare:



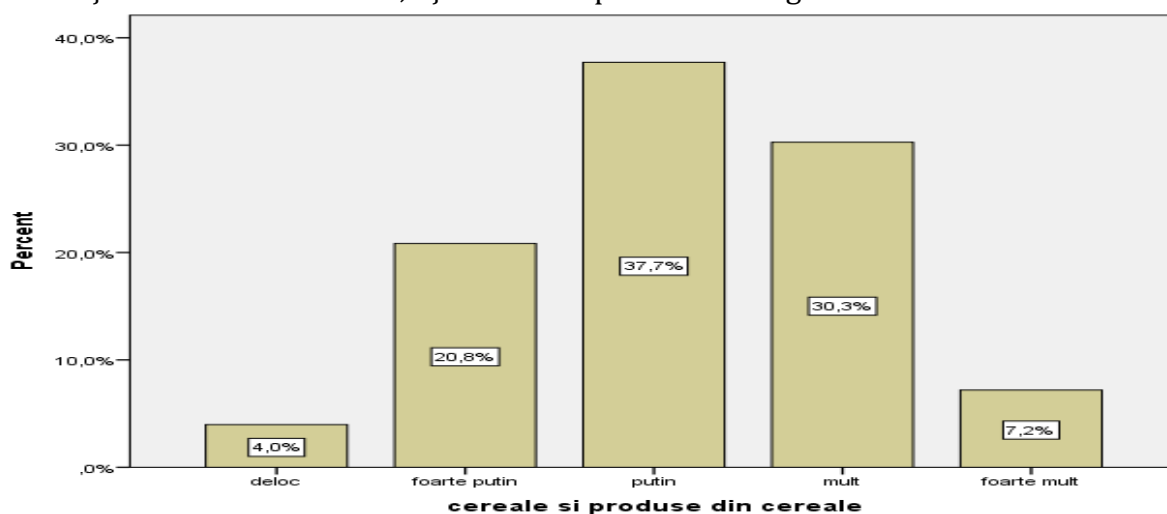
**Figura 1.7. - Structura eșantionului în funcție de nivelul venitului**

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

#### 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.

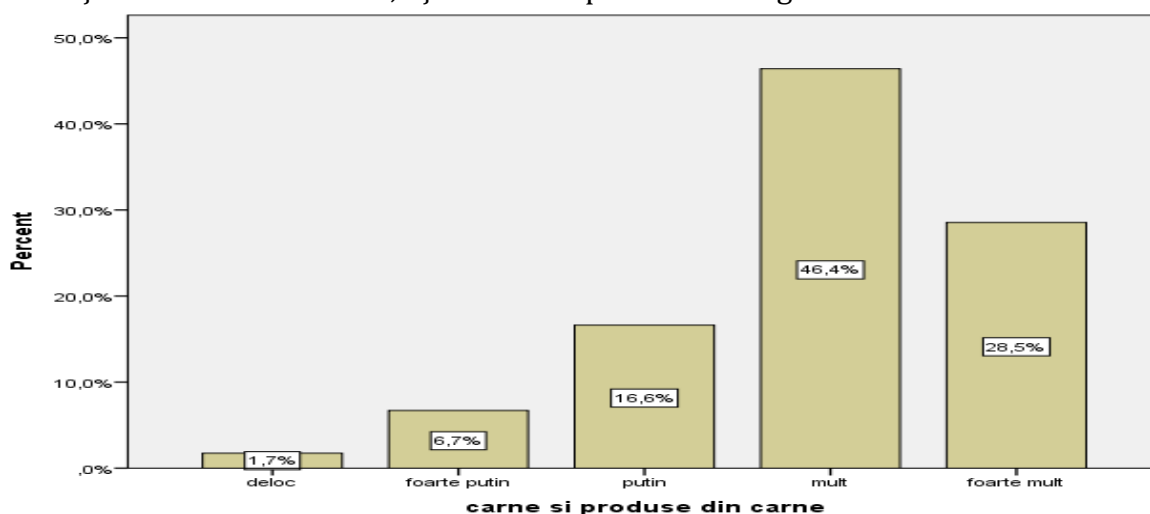
Dacă ne referim la *cereale și produse din cereale*, se remarcă faptul că 4,0% dintre respondenți nu consumă deloc, 20,8% dintre respondenți consumă foarte puțin, 37,7% dintre respondenți consumă puțin, 30,3% dintre respondenți consumă mult și 7,2% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este 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

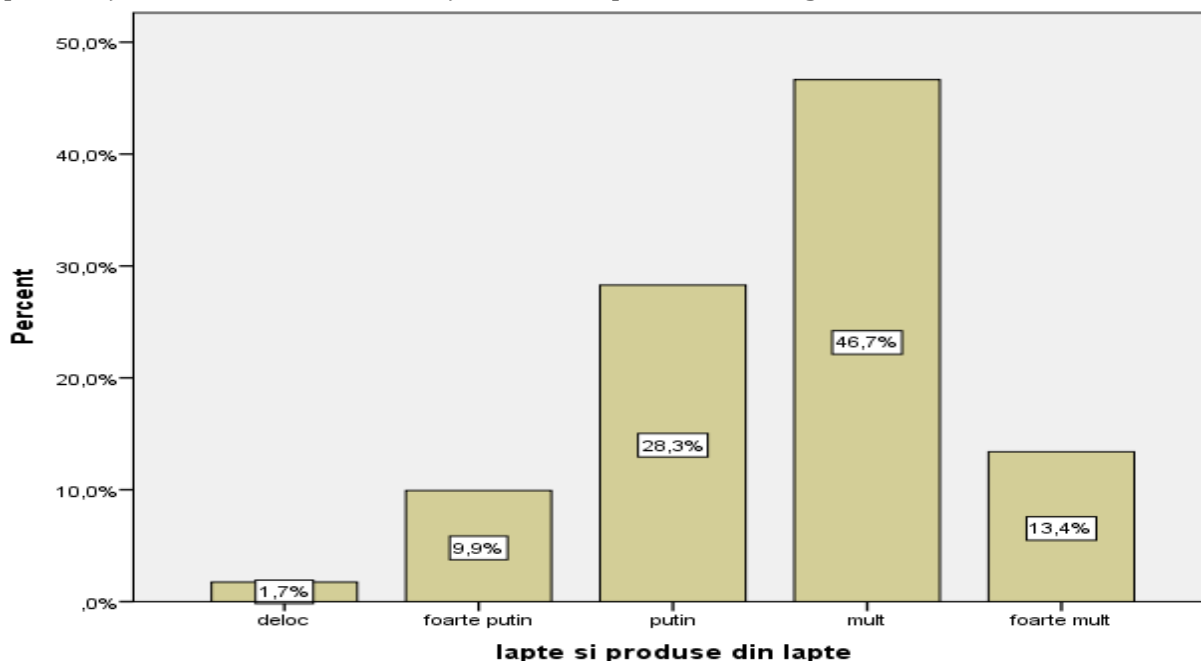
Dacă ne referim la *carne și produse din carne*, se remarcă faptul că 1,7% dintre respondenți nu consumă deloc, 6,7% dintre respondenți consumă foarte puțin, 16,6% dintre respondenți consumă puțin, 46,4% dintre respondenți consumă mult și 28,5% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat 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

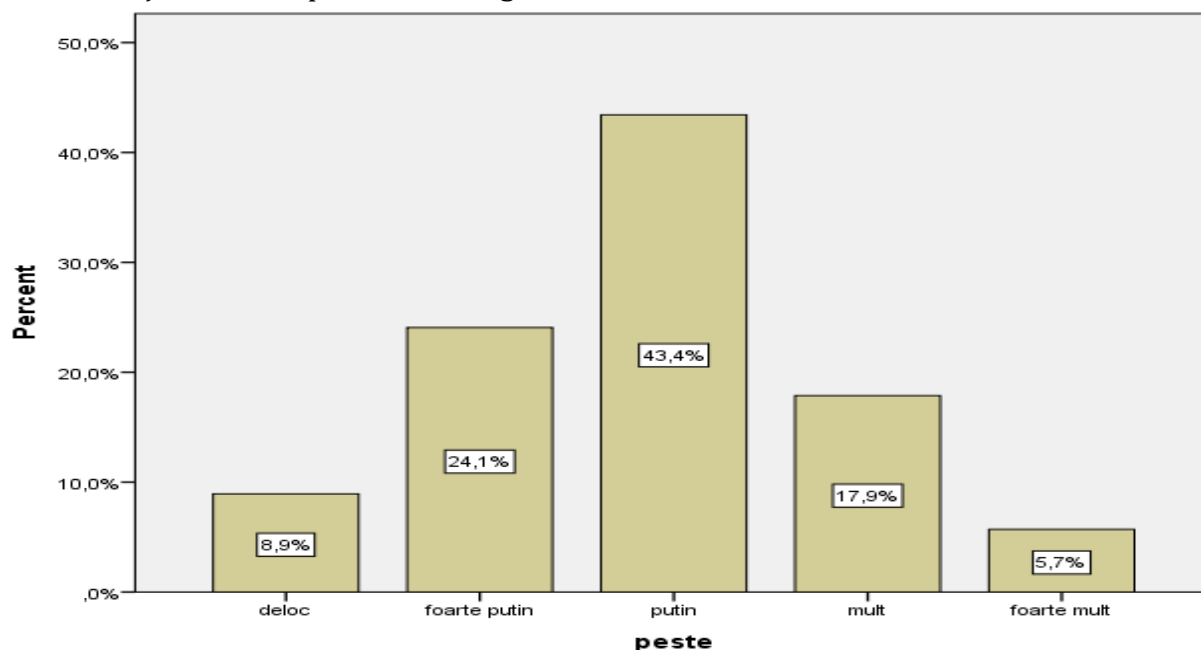
Dacă ne referim la *lapte și produse din lapte*, se remarcă faptul că 1,7% dintre respondenți nu consumă deloc, 9,9% dintre respondenți consumă foarte puțin, 28,3% dintre respondenți consumă puțin, 46,7% dintre respondenți consumă mult și 13,4% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat 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

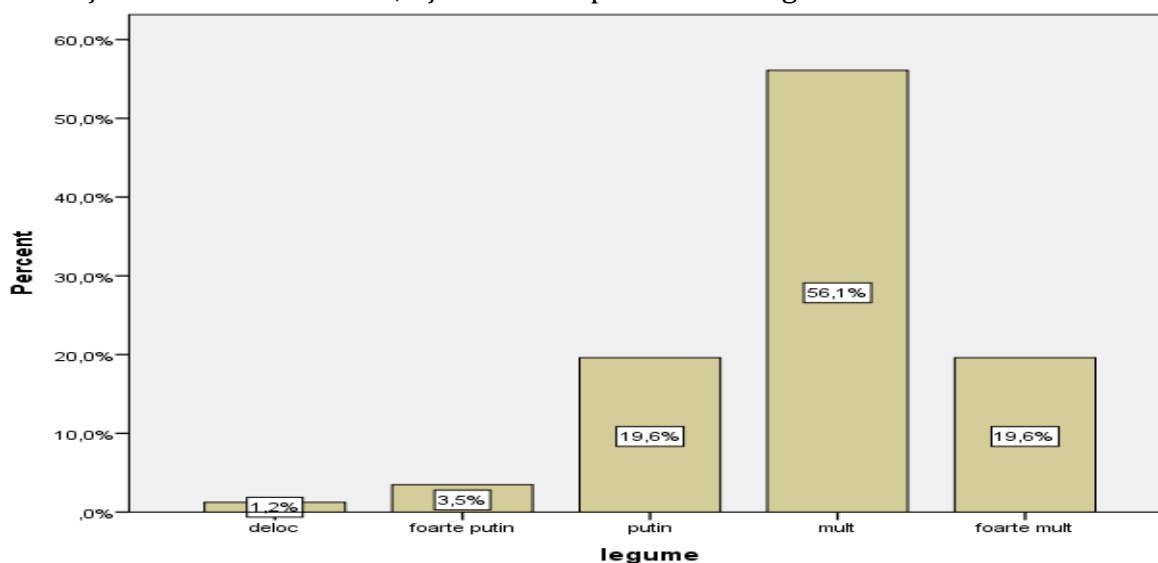
Dacă ne referim la consumul de *pește*, se remarcă faptul că 8,9% dintre respondenți nu consumă deloc, 24,1% dintre respondenți consumă foarte puțin, 43,4% dintre respondenți consumă puțin, 17,9% dintre respondenți consumă mult și 5,7% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:



**Figura 1.11. - Structura consumului de pește**

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

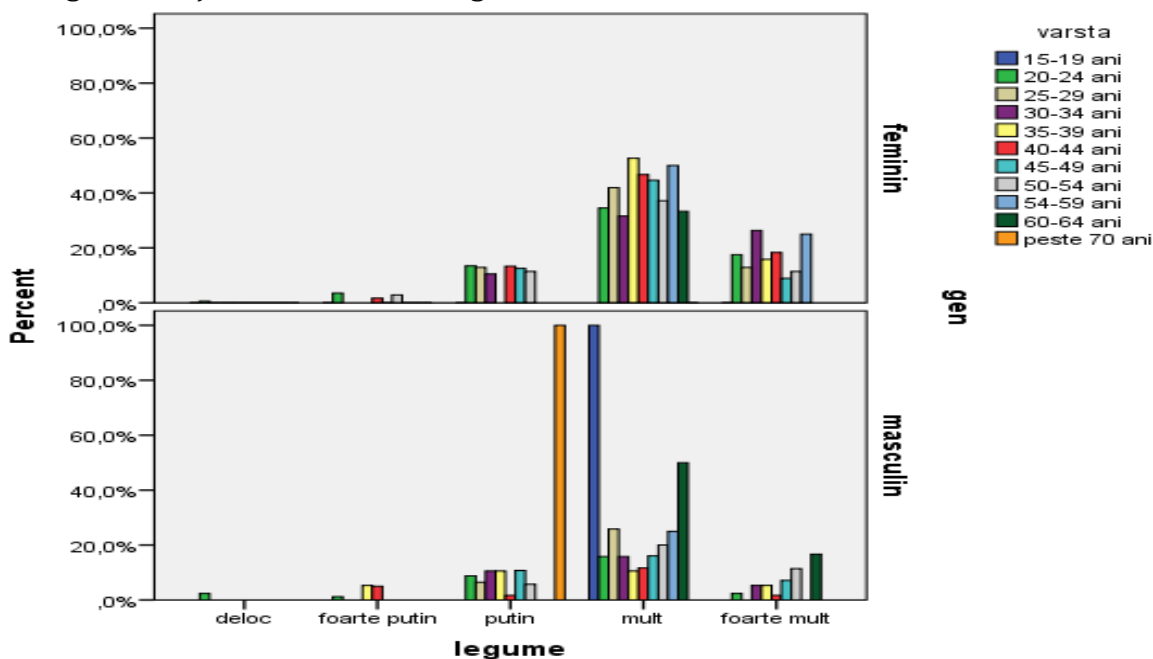
Dacă ne referim la *legume*, se remarcă faptul că 1,2% dintre respondenți nu consumă deloc legume. De asemenea, 3,5% dintre respondenți consumă foarte puțin, 19,6% dintre respondenți consumă puțin, 56,1% dintre respondenți consumă mult și 19,6% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:



**Figura 1.12. - Structura consumului de legume**

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

În funcție de gen, 79,5% dintre femeile interviuate și 67,2% dintre bărbați preferă în consum legumele, așa cum rezultă din figura următoare:

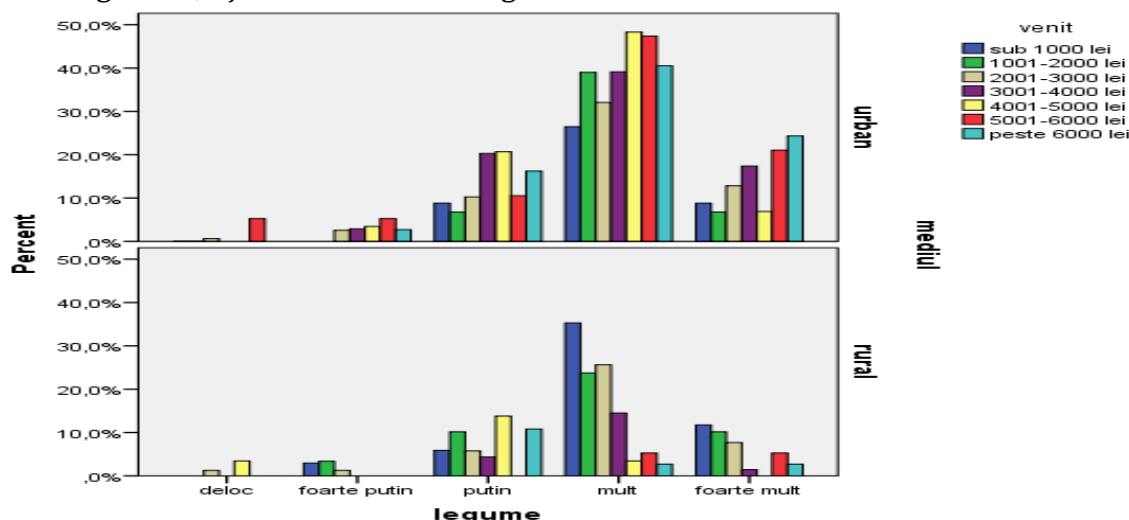


**Figura 1.13. - Structura consumului de legume în funcție de gen și vârstă**

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

De asemenea, 75% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 50-59 ani și 67,7% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 25-29 ani consumă multe legume. În plus, 31,6% dintre respondenții cu vârsta cuprinsă între 30-34 ani și 25% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 54-59 ani consumă foarte multe legume.

În funcție de mediul de reședință, observăm că nu sunt diferențe semnificative, în sensul în care 76,4% din persoanele din mediul urban și 74,3% din persoanele din mediul rural preferă în consum legumele, așa cum rezultă din figura următoare:

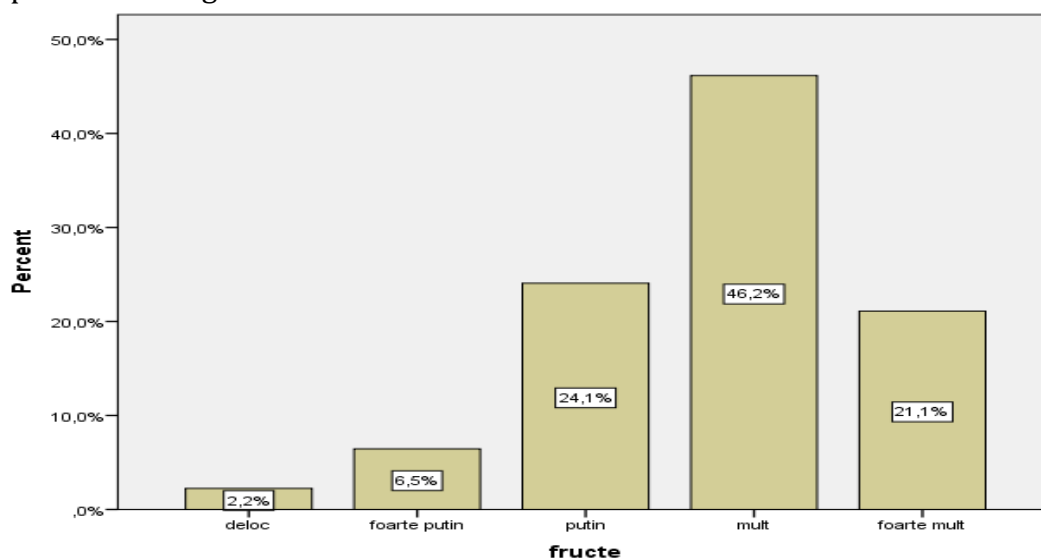


**Figura 1.14. - Structura consumului de legume în funcție de mediul de reședință și venit**

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, se reduce ponderea celor care consumă mult legume, respectiv de la 62,7% dintre persoanele cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei la 43,2% dintre persoanele cu venituri de peste 6000 lei. În rândul celor care consumă foarte multe legume, este de remarcă faptul că regăsim între 16,27% din respondenți indiferent de venit, cu excepția celor cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei, care sunt doar 6,9%.

Dacă ne referim la *fructe*, se remarcă faptul că 2,2% dintre respondenți nu consumă deloc, 6,5% dintre respondenți consumă foarte puțin, 24,1% dintre respondenți consumă puțin, 46,2% dintre respondenți consumă mult și 21,1% dintre respondenți consumă foarte mult, așa cum este prezentat în figura următoare:



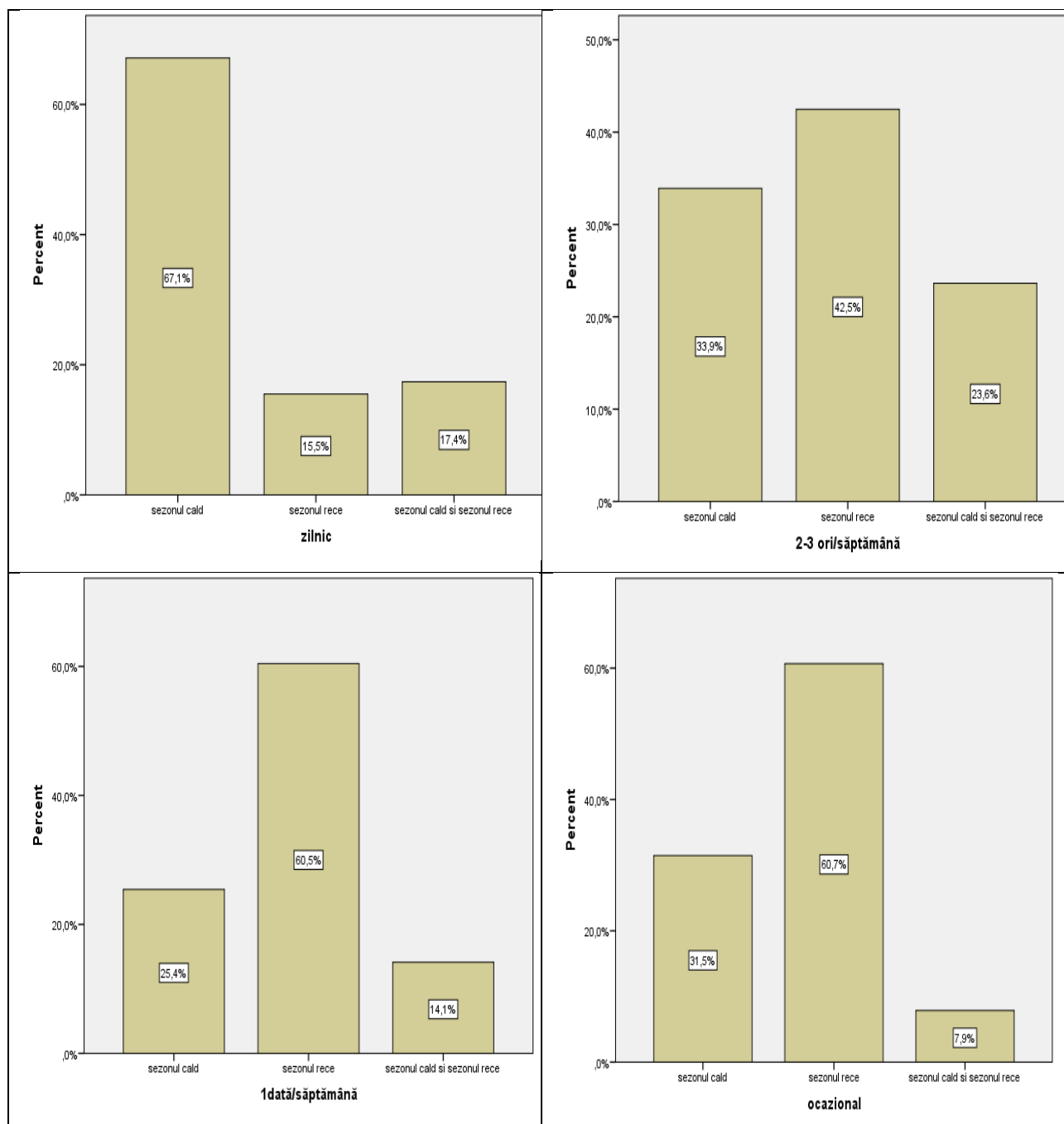
**Figura 1.15. - Structura consumului de fructe**

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

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

- în sezonul cald: 67,1% dintre persoane achiziționează legume zilnic, 33,9% de 2-3 ori pe săptămână, 25,4% 1 dată pe săptămână și 31,5% ocazional;
- în sezonul rece: 15,5% dintre persoane achiziționează legume zilnic, 42,5% de 2-3 ori pe săptămână, 60,5% 1 dată pe săptămână și 60,7% ocazional;

De asemenea, sunt și persoane care nu sunt influențate de sezon, și anume: 17,4% dintre persoane achiziționează legume zilnic, 23,6% de 2-3 ori pe săptămână, 14,1% 1 dată pe săptămână și 7,9% ocazional, indiferent de sezon, așa cum se poate observa din figura următoare:



**Figura 1.16. - Structura frecvenței de cumpărare a legumelor**

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

Dacă ne referim la cei care *achiziționează legume zilnic*, se remarcă faptul că reprezintă 52,9% dintre respondenți. Dacă ne referim la sezon, distingem următoarele categorii ale celor care achiziționează zilnic legume, și anume:

- în sezonul cald: peste 50% dintre respondenți, indiferent de venit;
- în sezonul rece: între 15-25% dintre respondenții cu venituri cuprinse între 2001-4000 lei;
- indiferent de sezon: peste 30% dintre respondenții cu venituri de peste 5000 lei.

Dacă ne referim la cei care *achiziționează legume de 2-3 ori/săptămână*, se remarcă faptul că sunt 72,5% dintre respondenți. Dacă ne referim la sezon, distingem următoarele categorii ale celor care achiziționează zilnic legume, și anume:

- în sezonul cald: peste 47% dintre respondenții cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei;
- în sezonul rece: între 40-50% dintre respondenții cu venituri sub 3000 lei;
- indiferent de sezon: 27-37% dintre respondenții cu venituri de peste 5000 lei.

Dacă ne referim la cei care *achiziționează legume 1 dată/săptămână*, se remarcă faptul că sunt 43,9% dintre respondenți. Dacă ne referim la sezon, distingem următoarele categorii ale celor care achiziționează zilnic legume, și anume:

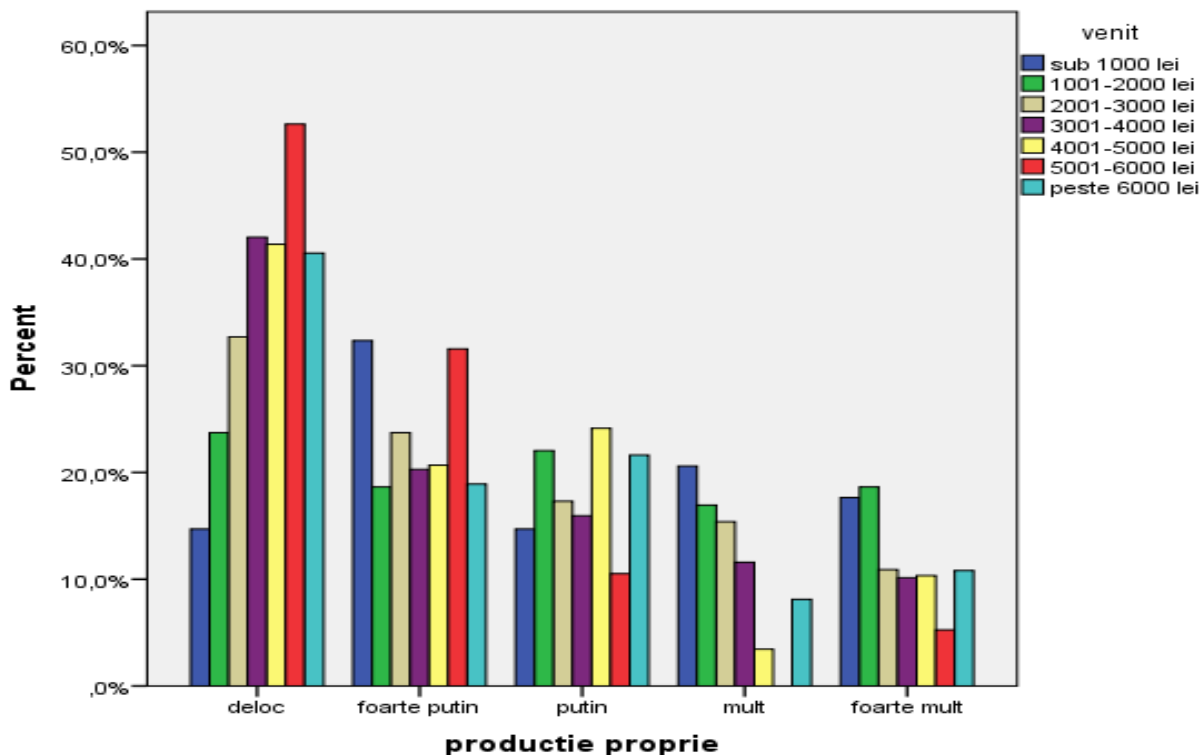
- în sezonul cald: 50% dintre respondenții cu venituri sub 1000 lei;
- în sezonul rece: între 65-80% dintre respondenții cu venituri cuprinse între 1001-3000 lei;
- indiferent de sezon: peste 38% dintre respondenții cu venituri de peste 6000 lei.

Dacă ne referim la cei care *achiziționează legume ocazional*, se remarcă faptul că sunt 22,1% dintre respondenți. Dacă ne referim la sezon, distingem următoarele categorii ale celor care achiziționează zilnic legume, și anume:

- în sezonul cald: 30-40% dintre respondenții cu venituri cuprinse între 2001-4000 lei;
- în sezonul rece: peste 40% dintre respondenți, indiferent de venit;
- indiferent de sezon: 15-20% dintre respondenții cu venituri peste 4000 lei.

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

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 33,7% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 22,8% dintre respondenți, respectiv pentru 32,4% din cei cu venituri sub 1000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 18,1% dintre respondenți, respectiv pentru 22% din cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 12,2% dintre respondenți, respectiv pentru 15-20% din cei cu venituri sub 2000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 12,2% dintre respondenți, respectiv pentru 10% din cei cu venituri cuprinse între 2001-5000 lei.

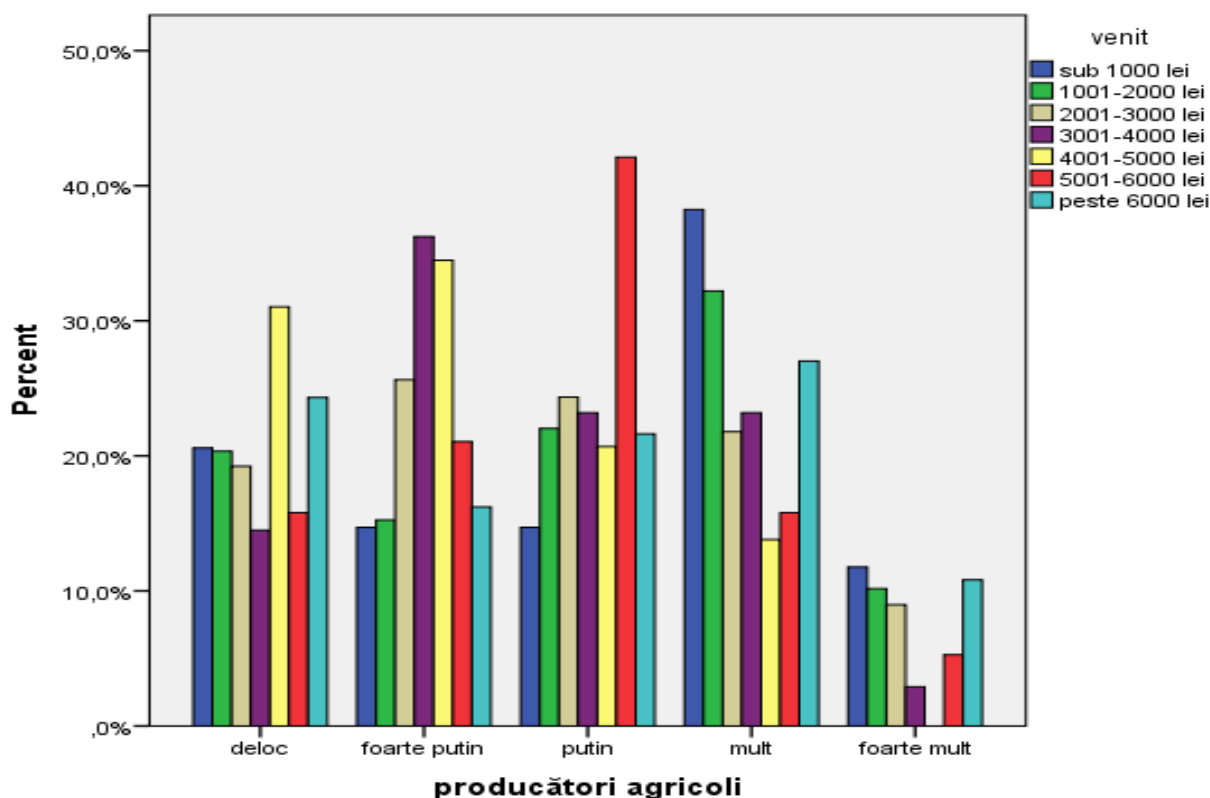


**Figura 1.17. - Structura respondenților care aleg producția proprie ca sursă de aprovizionare cu legume**

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

Dacă ne referim la producătorii agricoli:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 19,9% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 24,6% dintre respondenți, respectiv pentru 34-36% din cei cu venituri cuprinse între 3001-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 23,3% dintre respondenți, respectiv pentru 42,1% din cei cu venituri cuprinse între 5001- 6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 24,6% dintre respondenți, respectiv pentru 32-38% din cei cu venituri cuprinse sub 2000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 7,7% dintre respondenți, respectiv 10-12% din cei cu venituri sub 2000 lei.

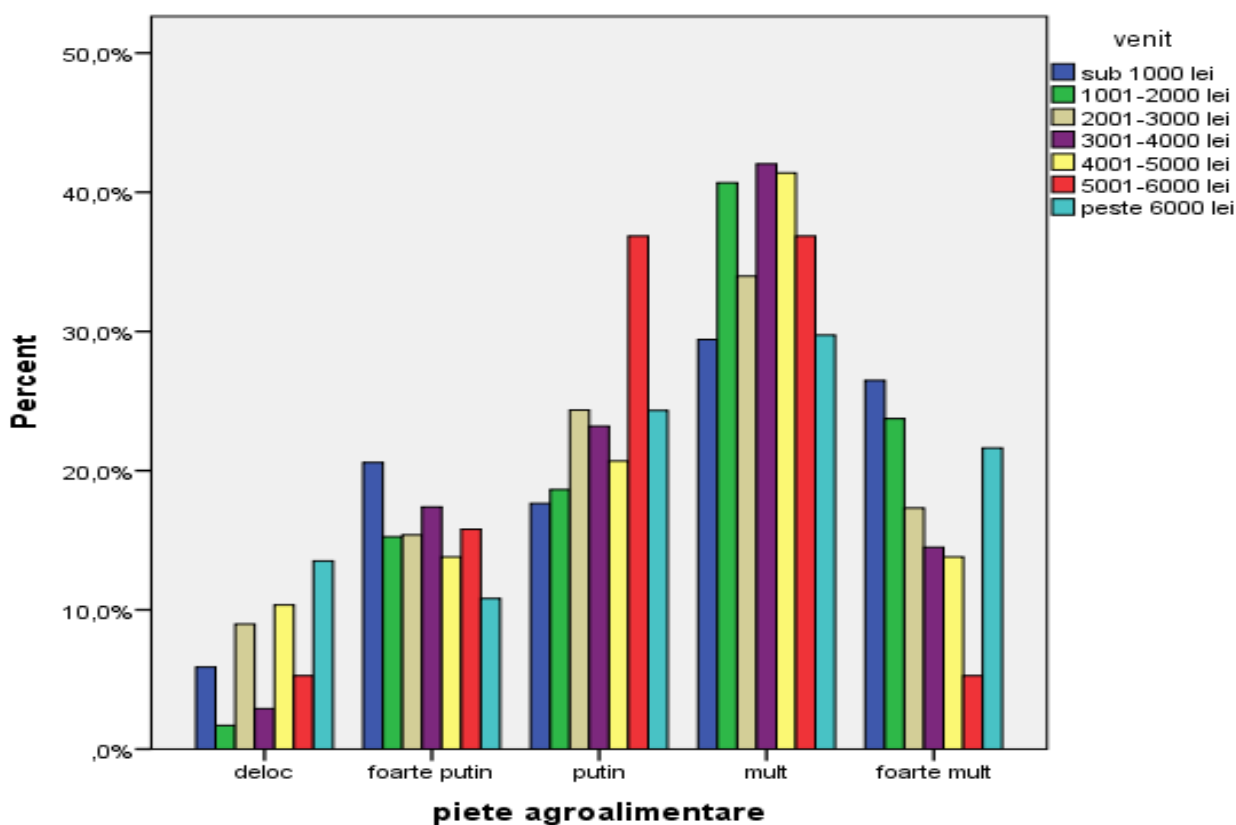


**Figura 1.18. - Structura respondenților care aleg producătorii agricoli ca sursă de aprovizionare cu legume**

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

Dacă ne referim la piețele agroalimentare:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 6,9% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 15,6% dintre respondenți, respectiv pentru 20,6% din cei cu venituri sub 1000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 23,1% dintre respondenți, respectiv pentru 36,8% din cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 36,2% dintre respondenți, respectiv pentru 40,0-42,0% din cei cu venituri 3001-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 18,1% dintre respondenți, respectiv pentru 23,0-27,0% din cei cu venituri sub 2000 lei.

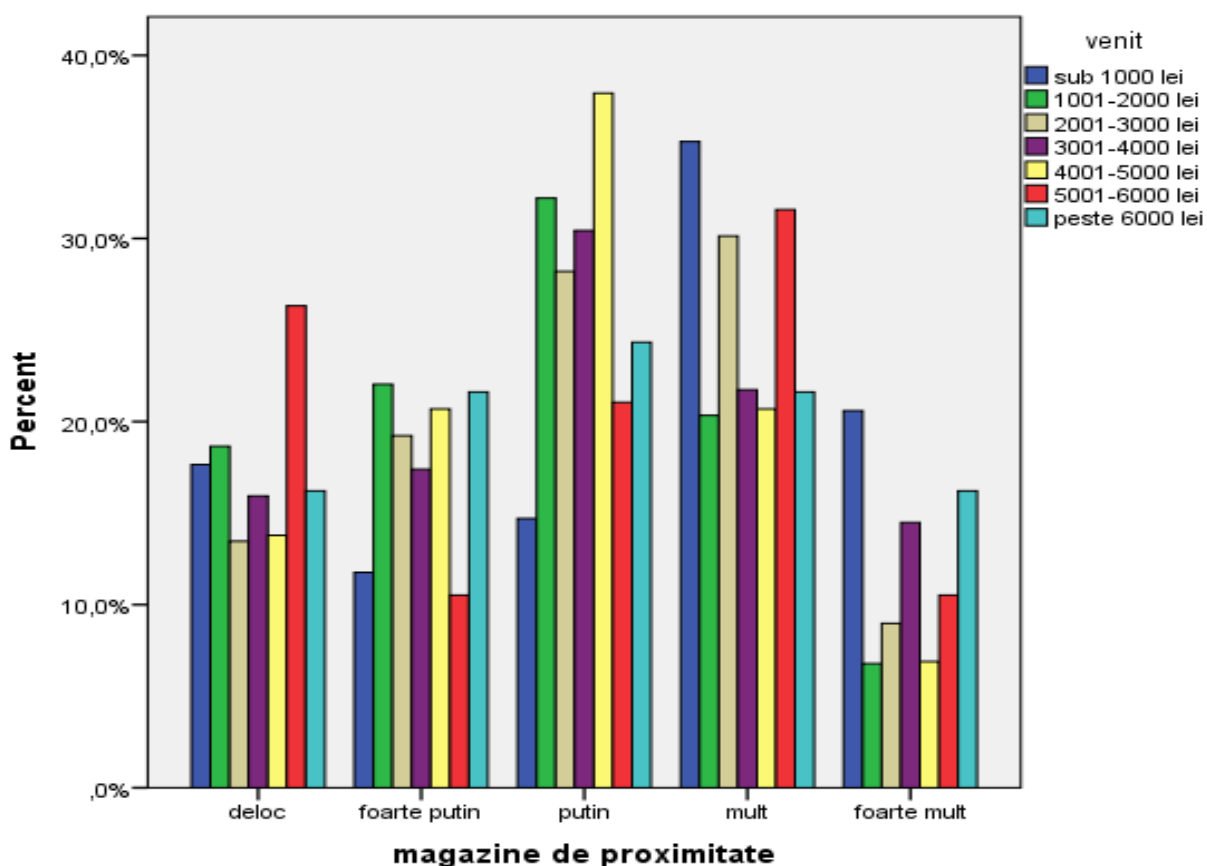


**Figura 1.19. - Structura respondenților care aleg piețele agroalimentare ca sursă de aprovizionare cu legume**

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 15,9% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 18,6% dintre respondenți, respectiv pentru 21,6% din cei cu peste 6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 28,0% dintre respondenți, respectiv pentru 28,0-38,0% din cei cu venituri cuprinse între 1000-5000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 26,3% dintre respondenți, respectiv pentru 35,3% din cei cu venituri sub 1000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 11,2% dintre respondenți, respectiv pentru 20,6% din cei cu venituri sub 1000 lei.

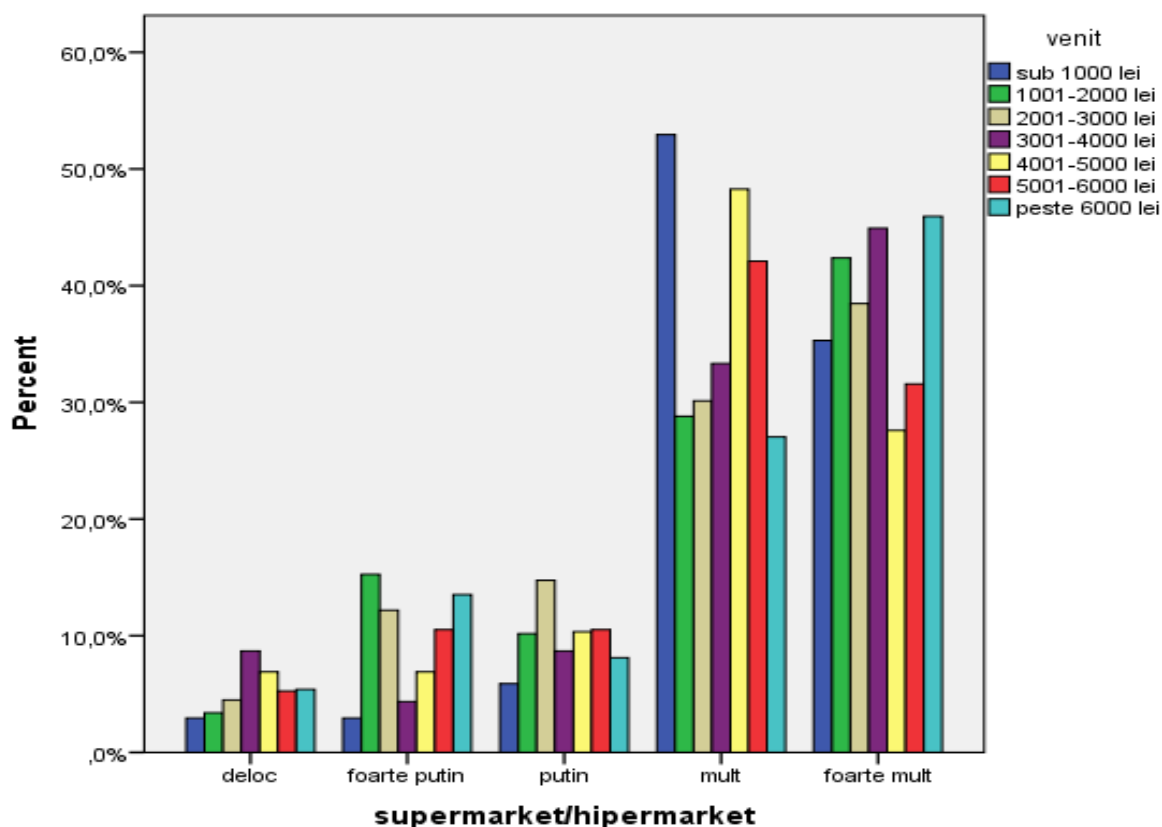


**Figura 1.20. - Structura respondenților care aleg magazinele de proximitate ca sursă de aprovizionare cu legume**

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

În ceea ce privește supermarketul/hipermarketul:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 5,2% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 10,2% dintre respondenți, respectiv pentru 15,3% din cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 11,2% dintre respondenți, respectiv pentru 14,7% din cei cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 34,0% dintre respondenți, respectiv pentru 42,0-50,0% din cei cu venituri cuprinse între 4001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 39,5% dintre respondenți, respectiv pentru 45,9% din cei cu venituri peste 6000 lei.

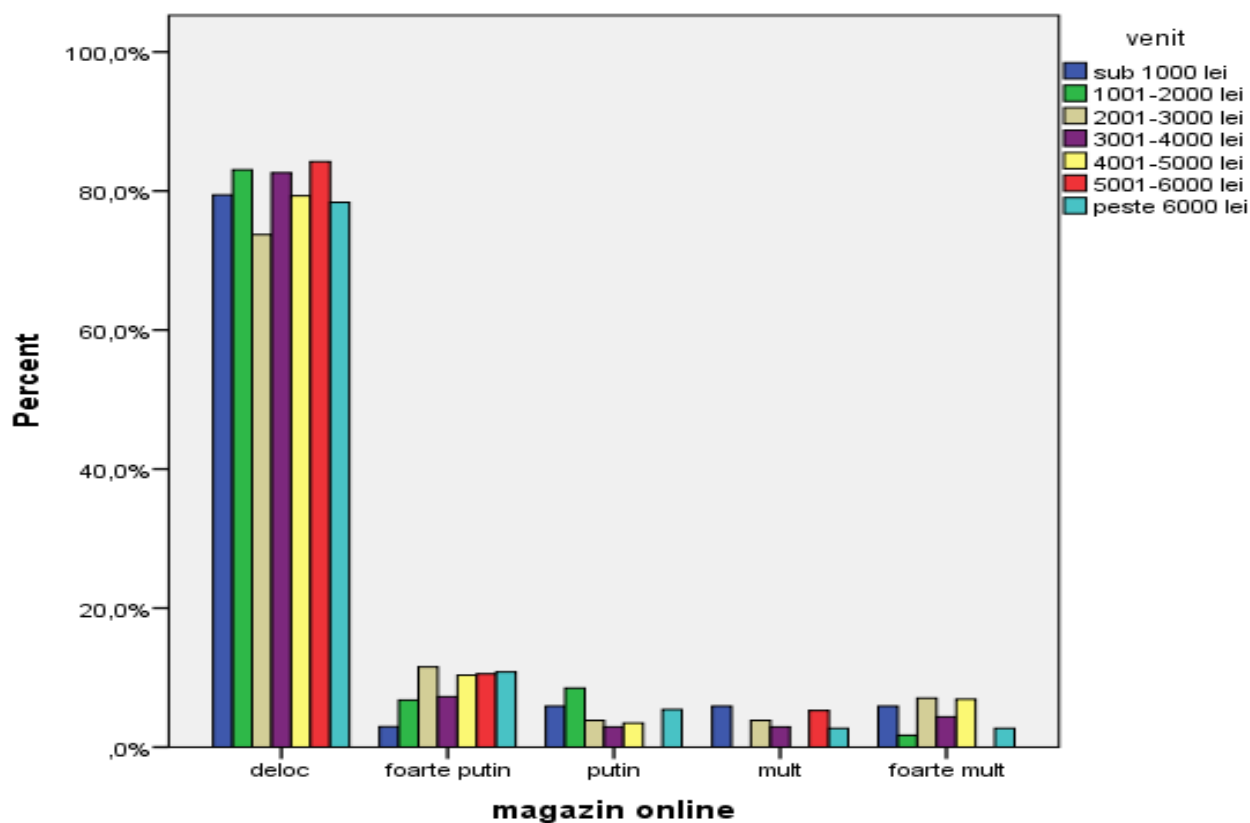


**Figura 1.21. - Structura respondenților care aleg supermarketul/hipermarketul ca sursă de aprovizionare cu legume**

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

În ceea ce privește magazinul online:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 78,4% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 9,2% dintre respondenți, respectiv pentru 2,9% din cei cu venituri sub 1000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 4,5% dintre respondenți, respectiv pentru 8,5% din cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 3,0% dintre respondenți, respectiv pentru 5,3% din cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 5,0% dintre respondenți, respectiv pentru 7,1% din cei cu venituri între 2001-3000 lei.

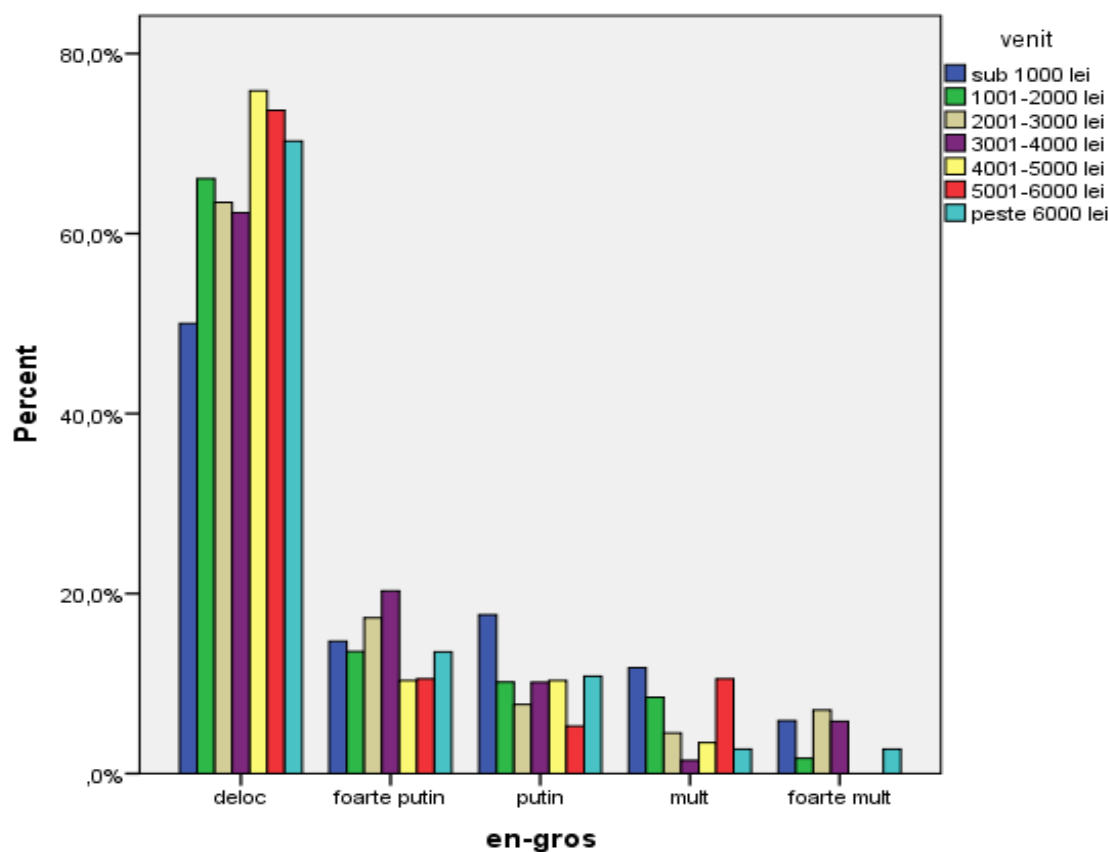


**Figura 1.22. - Structura respondenților care aleg magazinul online ca sursă de aprovizionare cu legume**

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

Referitor la en-gros:

- nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 64,5% dintre respondenți;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte redusă pentru 15,9% dintre respondenți, respectiv pentru 17,3% dintre cei cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură redusă pentru 9,7% dintre respondenți, respectiv pentru 17,6% dintre cei cu venituri sub 1000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură ridicată pentru 5,2% dintre respondenți, respectiv pentru 10,5% dintre cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei;
- reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 4,7% dintre respondenți, respectiv pentru 5,9% dintre cei cu venituri sub 1000 lei.



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

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

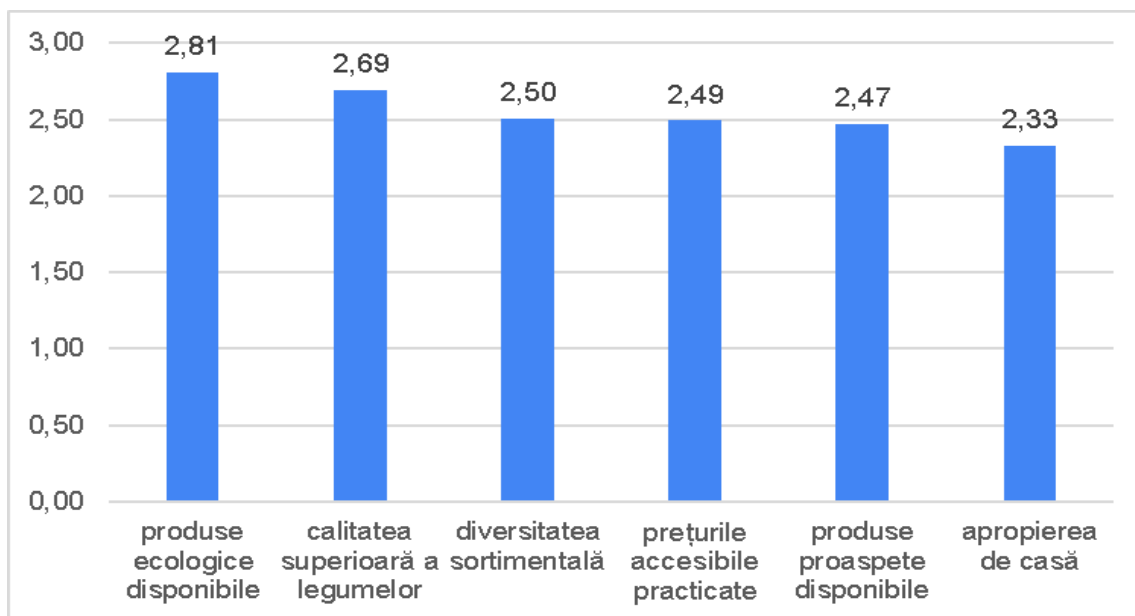
Referitor la **cea de a patra întrebare**, "Ce importanță au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a legumelor menționat anterior ca fiind frecvent, pe o scală de la 1 la 6? (1 - cel mai important factor, 6 - cel mai puțin important factor)", care vizează importanța acordată criteriilor în alegerea locului de achiziție a legumelor, 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 legumelor**

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

Locul acordat	Ce importanță au următoarele criterii în alegerea locului de achiziție a legumelor 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 legumelor	produse ecologice disponibile
1	146	98	102	150	123	75
2	63	101	78	56	57	70
3	73	64	91	41	52	78
4	41	55	52	57	55	66
5	33	38	40	38	36	68
6	47	47	40	61	80	46
TOTAL	403	403	403	403	403	403

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



**Figura 1.24. - Locul acordat criteriilor în alegerea locului de achiziție a legumelor**

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

Este de remarcat faptul că apropierea de casă reprezintă cel mai important factor în decizia de cumpărare a legumelor.

Dacă ne referim la influența venitului respondenților asupra importanței acordate diferitelor criterii în alegerea locului de achiziție a legumelor, se remarcă faptul că

disponibilitatea produselor proaspete este mai apreciată de cei cu venituri sub 1000 lei, respectiv diversitatea sortimentală de către cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei.

**Tabelul 1.3. – Scorul obținut de diferitele criterii în alegerea locului de achiziție a legumelor**

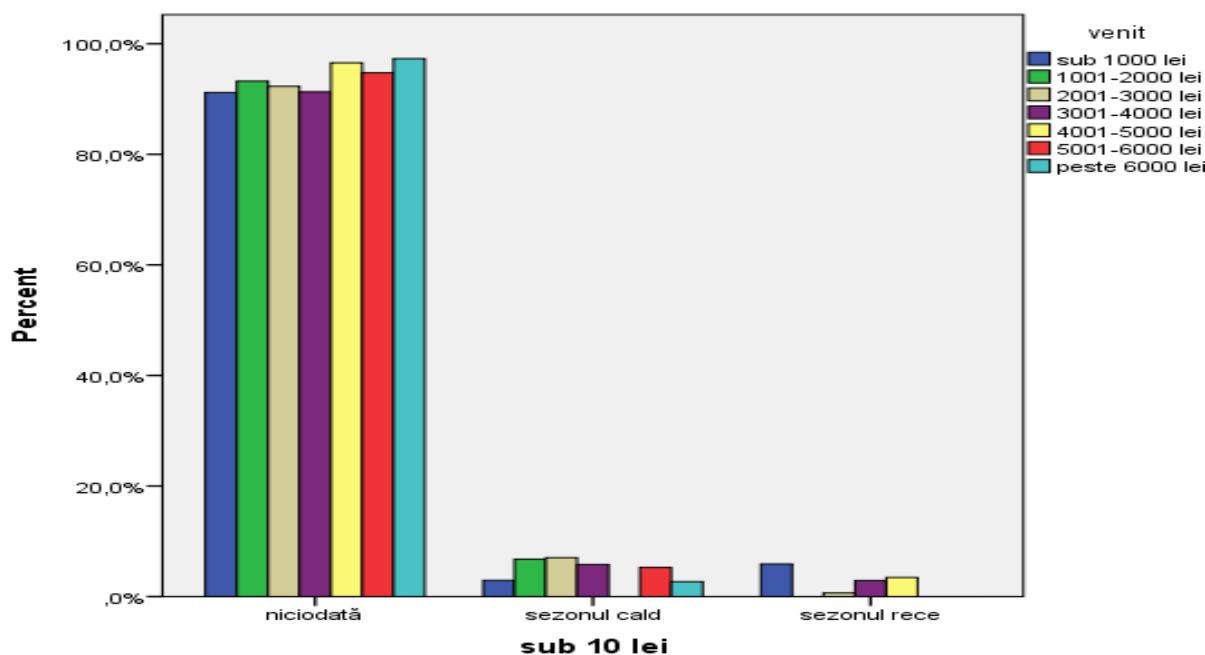
Criteriul	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	Scor obținut
apropierea de casă	2,35	2,90	3,03	2,45	2,28	2,37	2,65	2,33
diversitatea sortimentală	2,29	2,95	3,13	2,90	2,86	2,58	3,03	2,50
prețurile accesibile practicate	2,53	2,93	3,08	2,74	2,86	3,32	2,81	2,49
produse proaspete disponibile	2,79	2,76	3,12	2,72	2,45	3,21	2,84	2,47
calitatea superioară a legumelor	2,88	3,08	3,40	3,19	2,62	3,11	2,92	2,69
produse ecologice disponibile	2,94	3,12	3,40	3,39	3,10	3,74	3,22	2,81

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

De asemenea, cei cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei pun pe același loc de importanță calitatea superioară a legumelor și disponibilitatea produselor ecologice în decizia de cumpărare. Pentru cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei se remarcă faptul că disponibilitatea produselor proaspete reprezintă cel mai important criteriu în alegerea locului preferat de achiziție a legumelor.

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

- sub 10 lei, indiferent de nivelul venitului:
  - nu reprezintă suma alocată pentru 93,1% dintre respondenți;
  - reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 5,5% dintre respondenți;
  - reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 1,5 dintre respondenți;

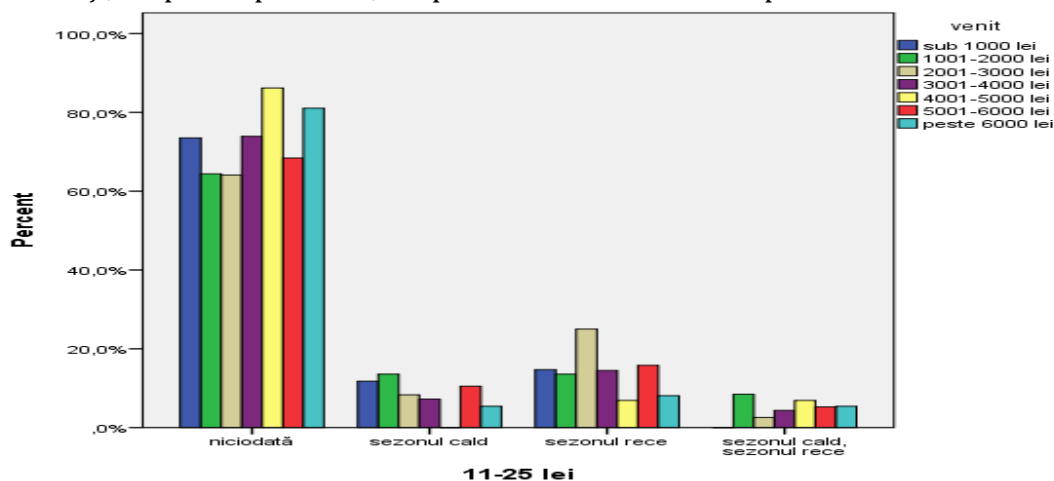


**Figura 1.25. - Structura respondenților care aloacă sub 10 lei pentru achiziția legumelor**

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

- între 11-25 lei:

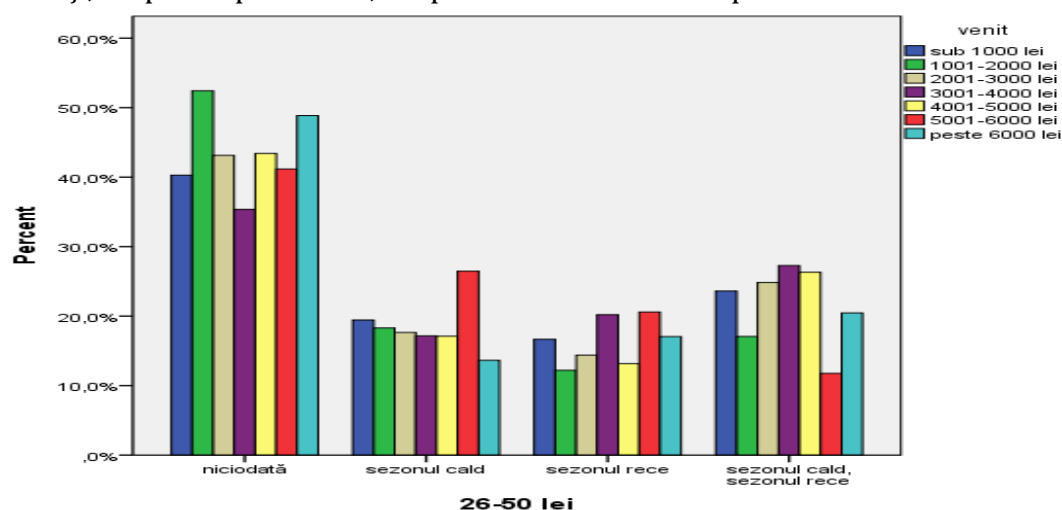
- nu reprezintă suma alocată pentru 70,0% dintre respondenți;
- reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 8,4% dintre respondenți, respectiv pentru 11-14% din cei cu venituri sub 2000 lei;
- reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 17,4% dintre respondenți, respectiv pentru 25,0% pentru cei cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei;
- reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 4,2% dintre respondenți, respectiv pentru 8,5% pentru cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei.



**Figura 1.26. - Structura respondenților care alocă între 11-25 lei pentru achiziția legumelor** Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

- între 26-50 lei:

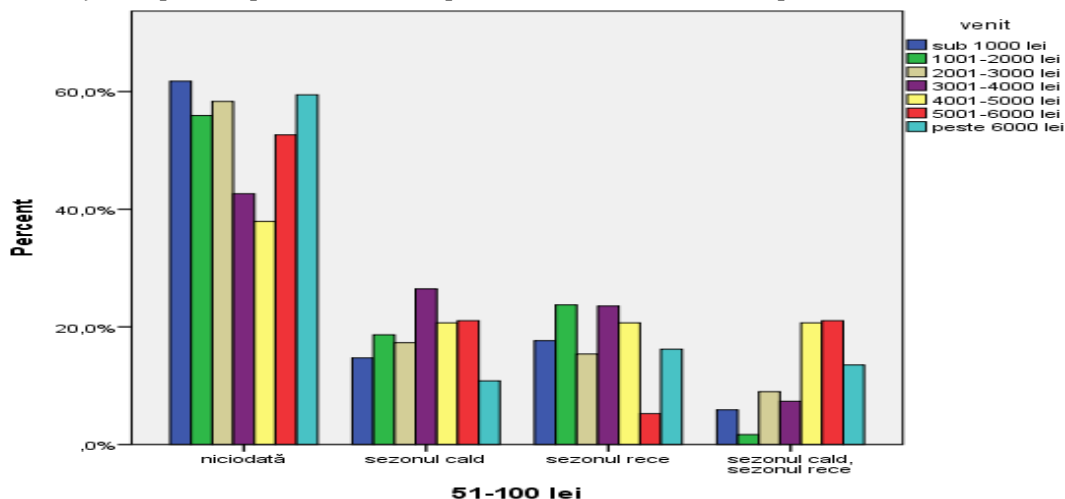
- nu reprezintă suma alocată pentru 38,7% dintre respondenți;
- reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 24,1% dintre respondenți, respectiv pentru 35,3% din cei cu venituri sub 1000 lei;
- reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 21,3% dintre respondenți, respectiv pentru 28,8% din cei cu venituri între 1001-2000 lei;
- reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 15,9% dintre respondenți, respectiv pentru 24,3% pentru cei cu venituri peste 6000 lei.



**Figura 1.27. -Structura respondenților care alocă între 26-50 lei pentru achiziția legumelor** Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

- între 51-100 lei:

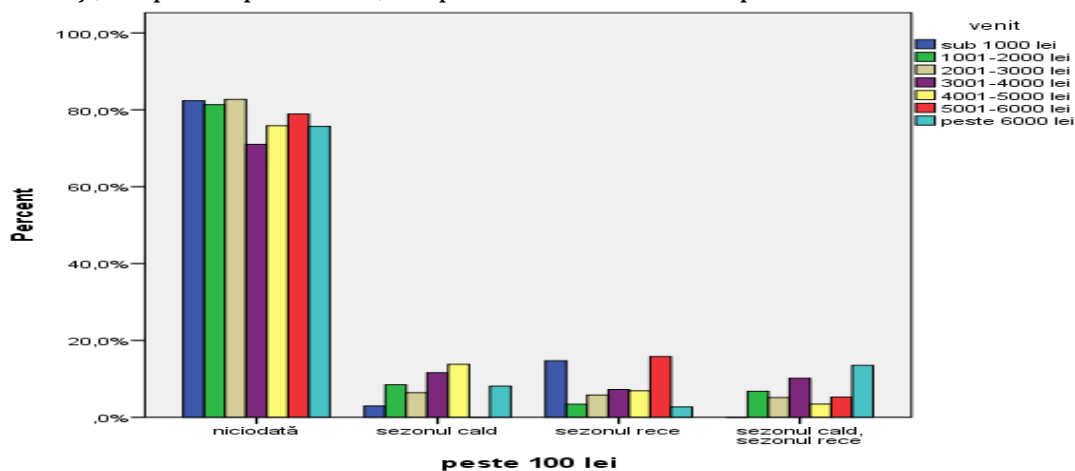
- nu reprezintă suma alocată pentru 54,0% dintre respondenți;
- reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 18,7% dintre respondenți, respectiv pentru 26,5% din cei cu venituri cuprinse 3001-4000 lei;
- reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 18,2% dintre respondenți, respectiv pentru 23,7% din cei cu venituri între 1001-2000 lei;
- reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 9,2% dintre respondenți, respectiv pentru 21,1% pentru cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei.



**Figura 1.28. Structura respondenților care alocă între 51-100 lei pentru achiziția legumelor** Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

- peste 100 lei:

- nu reprezintă suma alocată pentru 79,2% dintre respondenți;
- reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 7,7% dintre respondenți, respectiv pentru 13,8% din cei cu venituri între 4001-5000 lei;
- reprezintă suma alocată în sezonul rece pentru 6,7% dintre respondenți, respectiv pentru 15,8% din cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei;
- reprezintă suma alocată atât în sezonul cald, cât și în sezonul rece pentru 6,5% dintre respondenți, respectiv pentru 13,5% pentru cei cu venituri peste 6000 lei.



**Figura 1.29. - Structura respondenților care alocă peste 100 lei pentru achiziția legumelor** Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

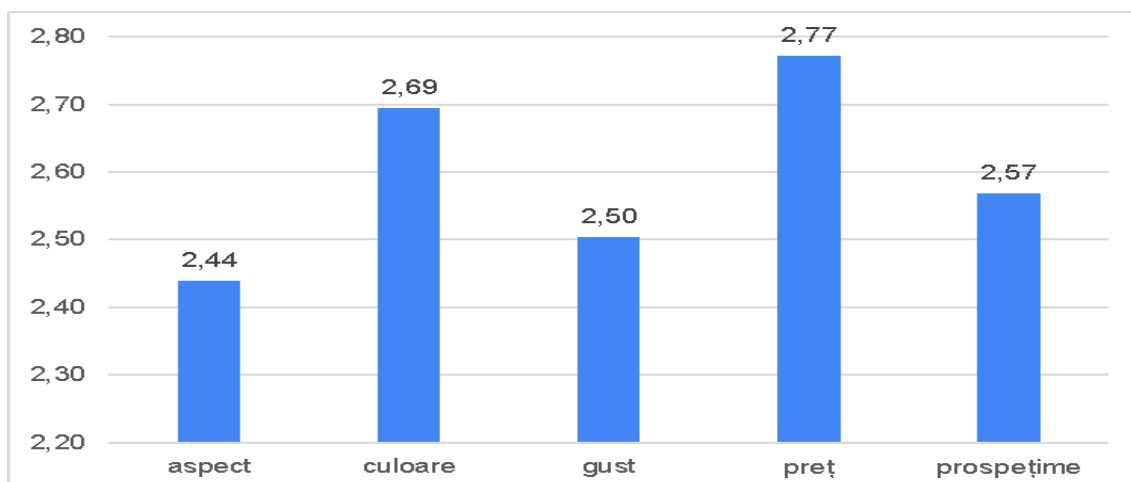
Referitor la **cea de a șasea întrebare**, „Acordați o notă de la 1 la 5 următoarelor criterii în decizia de cumpărare a legumelor? (1 - cel mai important factor)”, care vizează importanța acordată criteriilor în decizia de cumpărare a legumelor, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

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

Criteriul	Locul acordat					TOTAL
	1	2	3	4	5	
aspect	163	69	61	51	59	403
culoare	81	121	89	64	48	403
gust	163	58	72	36	74	403
preț	85	96	87	96	39	403
prospețime	192	36	30	44	101	403
TOTAL	684	380	339	291	321	-

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 legumelor este următoarea: aspect, gust, prospețime, culoare, preț, conform figurii următoare:



**Figura 1.30. - Nota acordată criteriilor în alegerea locului de achiziție a legumelor**

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

De asemenea, se remarcă faptul că pentru cei cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei, criteriile gustul și prospețimea sunt pe primul loc, conform tabelului următor:

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

Criteriul	Categoria							TOTAL
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
aspect	2,29	2,44	2,47	2,33	2,45	2,37	2,65	2,44
culoare	2,50	2,81	2,78	2,52	2,66	2,68	2,68	2,69
gust	2,71	2,63	2,55	2,36	2,07	2,58	2,49	2,50
preț	2,74	2,76	2,86	2,70	2,34	3,21	2,70	2,77
prospețime	2,59	2,46	2,67	2,57	2,07	2,74	2,59	2,57
Media	2,56	2,62	2,67	2,50	2,32	2,72	2,62	2,60

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

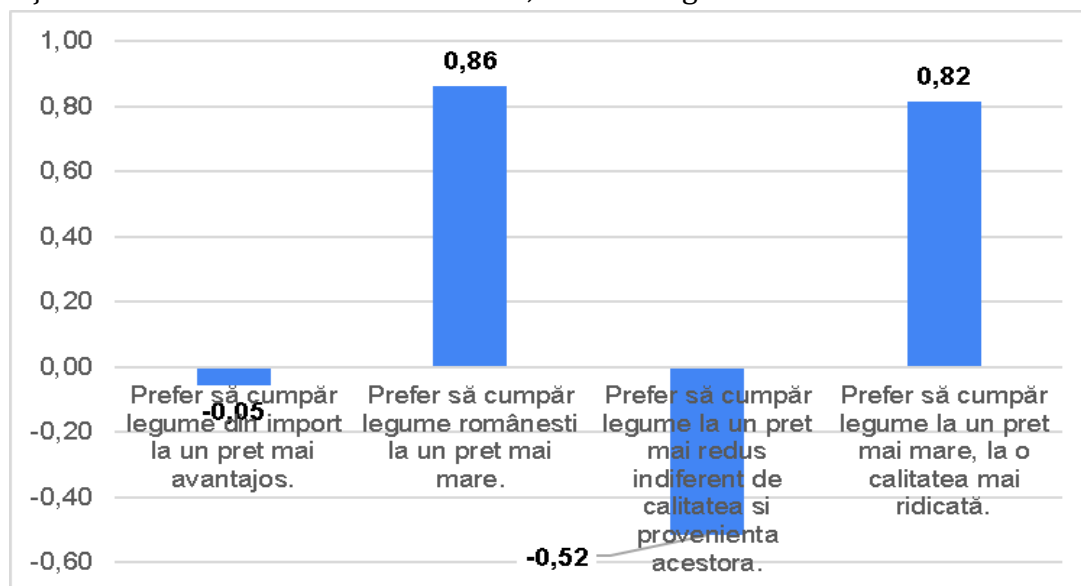
Referitor la **întrebarea șapte**, „Care este opinia dvs. în legătură cu următoarele afirmații referitoare la decizia de cumpărare a legumelor?”, care vizează opinia respondenților în legătură cu o serie de afirmații referitoare la decizia de cumpărare a legumelor, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

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

Afirmația	Dezacord total	Dezacord	Indiferent	Acord	Acord total	Total
Prefer să cumpăr legume din import la un pret mai avantajos.	51	98	125	80	49	403
Prefer să cumpăr legume românești la un pret mai mare.	8	35	79	163	118	403
Prefer să cumpăr legume la un pret mai redus si indiferent de calitatea si provenienta acestora.	93	128	98	62	22	403
Prefer să cumpăr legume la un pret mai mare, la o calitate mai ridicată.	13	39	89	130	132	403

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 legume românești la un preț mai mare, respectiv legume la un preț mai mare la o calitate mai ridicată, conform figurii următoare:



**Figura 1.31. - Scorul obținut de afirmațiile referitoare la decizia de cumpărare a legumelor**

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

De asemenea, respondenții nu preferă să cumpere legume din import la un pret mai avantajos, respectiv nu preferă să cumpere legume 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 venituri cuprinse între 4001-5000 lei, măsura în care nu sunt de acord cu achiziția legumelor din import la un preț mai

avantajos este mai ridicată în comparație cu cei cu venituri sub 4000 lei, conform tabelului următor:

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

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 legume din import la un pret mai avantajos.	0,38	-0,08	0,06	-0,10	-0,45	-0,21	-0,41	-0,05
Prefer să cumpăr legume românești la un pret mai mare.	0,65	0,75	0,81	0,93	0,93	1,11	1,16	0,86
Prefer să cumpăr legume la un pret mai redus indiferent de calitatea si provenienta acestora.	-0,56	-0,44	-0,24	-0,84	-0,83	-0,63	-0,84	-0,52
Prefer să cumpăr legume la un pret mai mare, la o calitatea mai ridicată.	0,91	0,56	0,69	0,84	1,28	1,37	0,97	0,82

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

De asemenea, respondenții cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei preferă să cumpere legume românești la un preț mai mare, la o calitate mai ridicată, într-o măsură mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

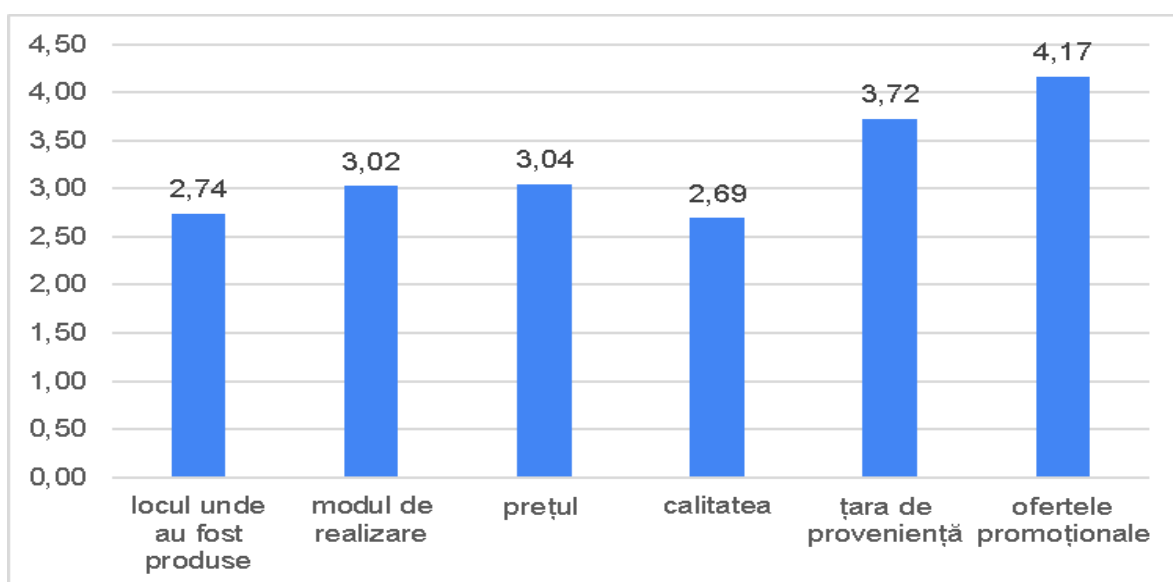
Referitor la **întrebarea opt**, "Notați în ordinea importanței, factorii care determină decizia de cumpărare a legumelor (unde 1 este cel mai important factor, iar 6 cel mai puțin important factor).", care vizează importanța acordată factorilor în decizia de cumpărare a legumelor, în urma centralizării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

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

Criteriul	Locul acordat						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
locul unde au fost produse (câmp seră/solar)	150	68	61	36	38	50	403
modul de realizare (convențional/ecologic)	53	144	70	44	60	32	403
prețul	69	68	125	80	40	21	403
calitatea	161	45	45	92	29	31	403
țara de proveniență a produsului	52	62	66	49	114	60	403
ofertele promoționale	44	43	68	45	53	150	403

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 legumelor este următoarea: calitatea, locul unde au fost produse, modul de realizare, prețul, țara de proveniență și ofertele promoționale, conform figurii următoare:



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

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

Dacă ne referim la opinia respondenților în funcție de venit, putem observa faptul că pentru respondenții cu venituri sub 2000 lei, calitatea și prețul sunt factorii cei mai importanți în decizia de cumpărare, conform tabelului următor:

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

Criteriul	Categorie							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)	3,18	2,68	2,60	2,80	3,10	2,95	2,49	2,74
modul de realizare (convențional/ecologic)	2,85	2,93	3,02	3,09	3,34	3,47	2,76	3,02
prețul	2,82	2,54	3,19	3,03	2,90	4,05	3,05	3,04
calitatea	2,76	2,24	2,99	2,65	2,03	2,79	2,65	2,69
țara de proveniență a produsului	3,56	3,51	4,04	3,52	3,21	3,89	3,57	3,72
ofertele promoționale	4,03	4,05	4,21	4,14	4,10	4,68	4,11	4,17

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

Pentru respondenții cu venituri peste 6000 lei, locul unde au fost produse legumele reprezintă principalul factor care influențează decizia de cumpărare a legumelor. Calitatea reprezintă factorul cel mai important pentru respondenții cu venituri între 4001-6000 lei.

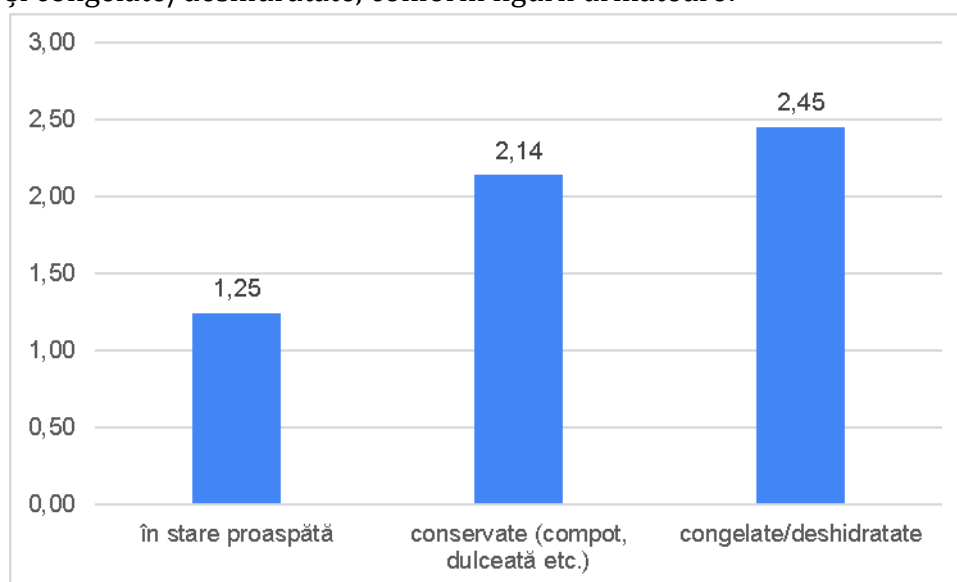
Referitor la **întrebarea nouă**, „Care este ordinea preferințelor dvs. în ceea ce privește consumul de legume (unde 1 este principala preferință)?”, care vizează ordinea preferințelor respondenților în ceea ce privește consumul de legume, în urma centralizării răspunsurilor, a rezultat următorul tabel:

**Tabelul 1.10. - Preferințele în ceea ce privește consumul de legume**

Consumul de legume	Ordinea preferințelor				TOTAL
	am alte preferințe	principala preferință	preferința de pe locul 2	preferința de pe locul 3	
în stare proaspătă	5	337	17	44	403
conservate (compot, dulceată etc.)	12	18	274	99	403
congelate/deshidratate	11	43	101	248	403

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 legume este: în stare proaspătă, conservate și congelate/deshidratate, conform figurii următoare:



**Figura 1.33. - Nota acordată criteriilor în decizia de cumpărare a legumelor**

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

Dacă ne referim la ordinea preferințelor în ceea ce privește consumul de legume în funcție de venit, respondenții cu venituri între 5001-6000 lei preferă mai mult legumele în stare proaspătă, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, conform tabelului următor:

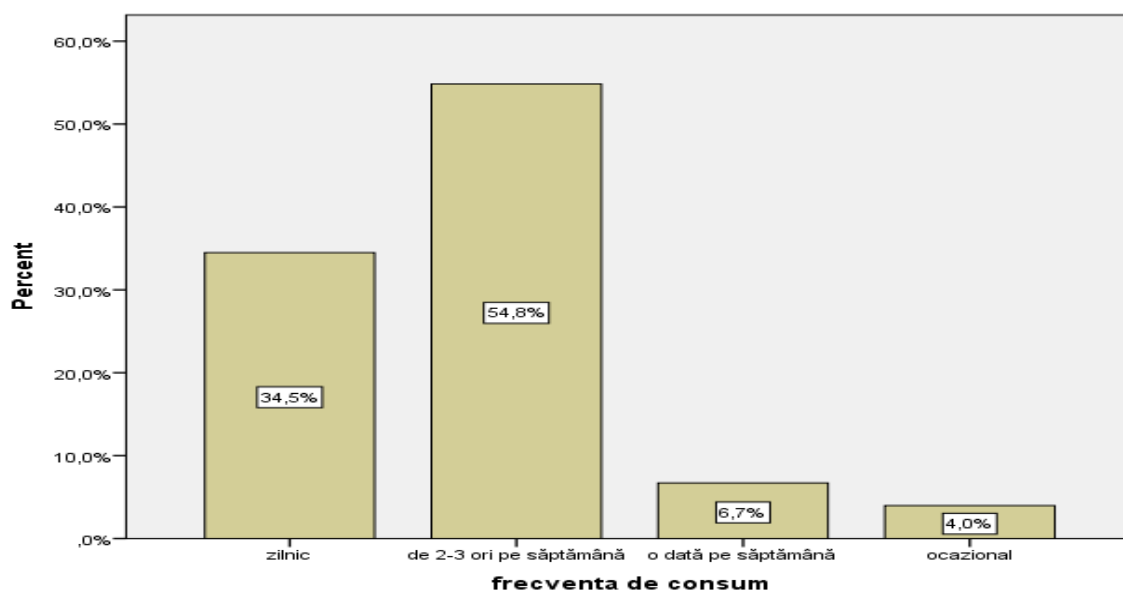
**Tabelul 1.11. - Nota acordată criteriilor în decizia de cumpărare a legumelor**

Consumul de legume	Categoría							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	1,24	1,17	1,31	1,20	1,17	1,11	1,35	1,25
conservate (compot, dulceată etc.)	1,79	2,15	2,15	2,29	2,17	1,89	2,24	2,14
congelate/deshidratate	2,41	2,68	2,38	2,42	2,66	2,42	2,38	2,45

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

De asemenea, respondenții cu venituri sub 1000 lei preferă mai mult legumele conservate, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Legumele congelate/deshidratate sunt mai preferate în consum de către respondenții cu venituri cuprinse între 2001-3000 lei și peste 6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

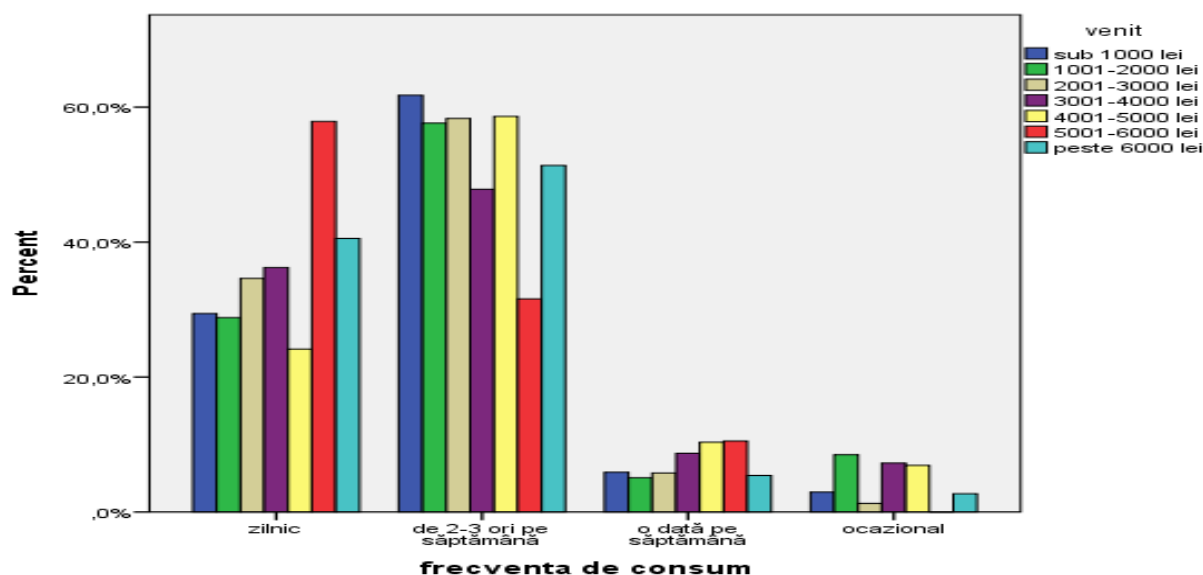
Referitor la **întrebarea zece**, „Care este frecvența cu care consumați legume în stare proaspătă?”, care vizează frecvența de consum a legumelor, în urma centralizării răspunsurilor, 35,4% dintre respondenți consumă zilnic și 54,8% de 2-3 ori pe săptămână, așa cum se observă din figura următoare:



**Figura 1.34. - Frecvența de consum a legumelor**

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 5001-6000 lei consumă legume zilnic într-o pondere mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri sub 2000 lei consumă legume de 2-3 ori pe săptămână într-o pondere mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.



**Figura 1.35. - Structura frecvenței de consum a legumelor în funcție de venit**

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

Respondenții cu venituri între 4001-6000 lei consumă legume o dată pe săptămână într-o pondere mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri între 1001-2000 lei consumă legume ocazional într-o pondere mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

**Întrebarea unsprezece**, „Cum apreciați consumul următoarelor legume în alimentația dvs.?” continuă subiectul urmărit la întrebarea anterioară, dar mai în detaliu, în sensul în care vizează frecvența de consum a mai multor tipuri de legume. În urma centralizării răspunsurilor, 1%-4% dintre respondenți nu consumă deloc castraveți, varză, salată și rădăcinoase. De asemenea, între 4%-8% dintre respondenți nu consumă tomate, ardei, vinete, ceapă, usturoi și verdețuri, așa cum se observă din tabelul următor:

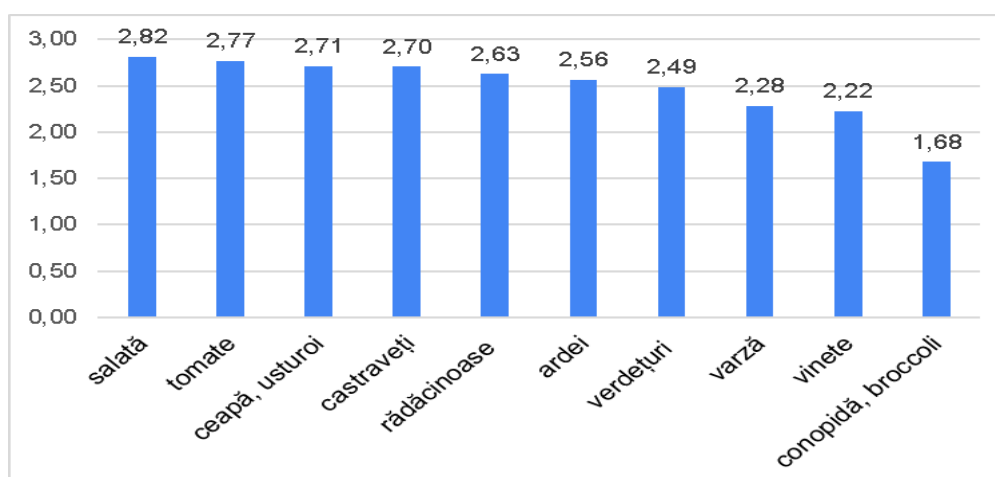
**Tabelul 1.12. - Preferințele respondenților în ceea ce privește cantitatea de legume consumată**

Legume	Consumul:					TOTAL
	deloc	foarte puțin	puțin	mult	foarte mult	
tomate	19	38	69	169	108	403
castraveți	7	37	109	165	85	403
varză	14	63	167	114	45	403
conopidă, broccoli	74	97	142	65	25	403
ardei	21	31	118	167	66	403
vinete	30	71	132	120	50	403
ceapă, usturoi	19	39	95	135	115	403
salată	15	23	108	132	125	403
rădăcinoase (morcovi, țelină, gulie, ridichi etc.)	14	45	113	137	94	403
verdețuri (pătrunjel, mărar, leuștean etc.)	29	54	112	107	101	403

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

Este de subliniat faptul că 18,36% dintre respondenți nu consumă deloc conopidă și broccoli.

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 legume consumată:



**Figura 1.36. - Nota obținută în funcție de cantitatea de legume 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 salata și tomatele, iar la polul opus: vinete, conopidă și broccoli.

Dacă ne referim la frecvența de consum în funcție de venit, respondenții cu venituri peste 6000 lei consumă mai multe tomate și castraveți, în comparație ceilalți respondenți, așa cum se poate observa din tabelul următor:

**Tabelul 1.13. - Nota obținută în funcție de cantitatea consumată de legume**

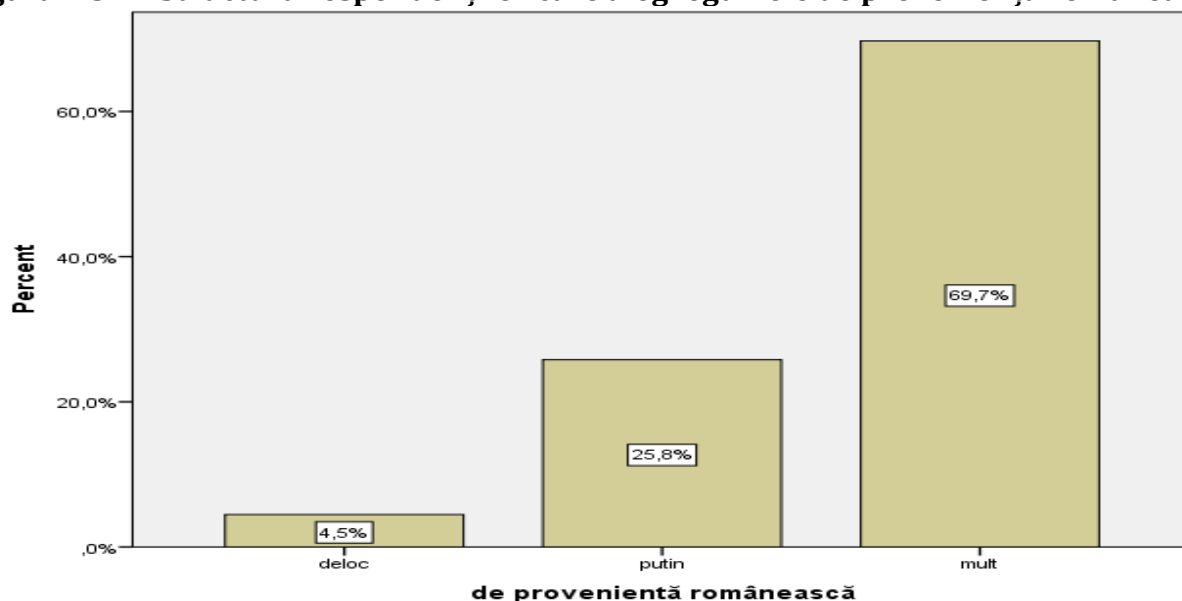
Consumul de legume	Categororia							Nota
	sub 1000 lei	1001-2000 lei	2001-3000 lei	3001-4000 lei	4001-5000 lei	5001-6000 lei	peste 6000 lei	
tomate	2,68	2,80	2,72	2,58	2,93	2,74	3,22	2,77
castraveți	2,94	2,73	2,79	2,36	2,45	2,53	3,03	2,70
varză	2,38	2,29	2,35	2,22	1,76	2,05	2,51	2,28
conopidă, broccoli	1,71	1,54	1,77	1,58	1,62	1,37	1,86	1,68
ardei	2,79	2,41	2,54	2,64	2,55	2,47	2,57	2,56
vinete	2,50	1,90	2,29	1,99	2,28	2,47	2,43	2,22
ceapă, usturoi	2,97	2,71	2,67	2,61	2,79	2,37	3,00	2,71
salată	3,18	2,75	2,88	2,62	2,52	2,63	3,00	2,82
rădăcinoase (morcovi, țelină, gulie, ridichi etc.)	2,91	2,63	2,52	2,67	2,76	2,63	2,62	2,63
verdețuri (pătrunjel, mărar, leuștean etc.)	2,62	2,59	2,31	2,65	2,76	2,32	2,51	2,49

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

Respondenții cu venituri cuprinse între 4001-5000 lei consumă cea mai redusă cantitate de varză, respectiv cei din categoria 1001-2000 lei consumă cea mai redusă cantitate de conopidă și broccoli, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

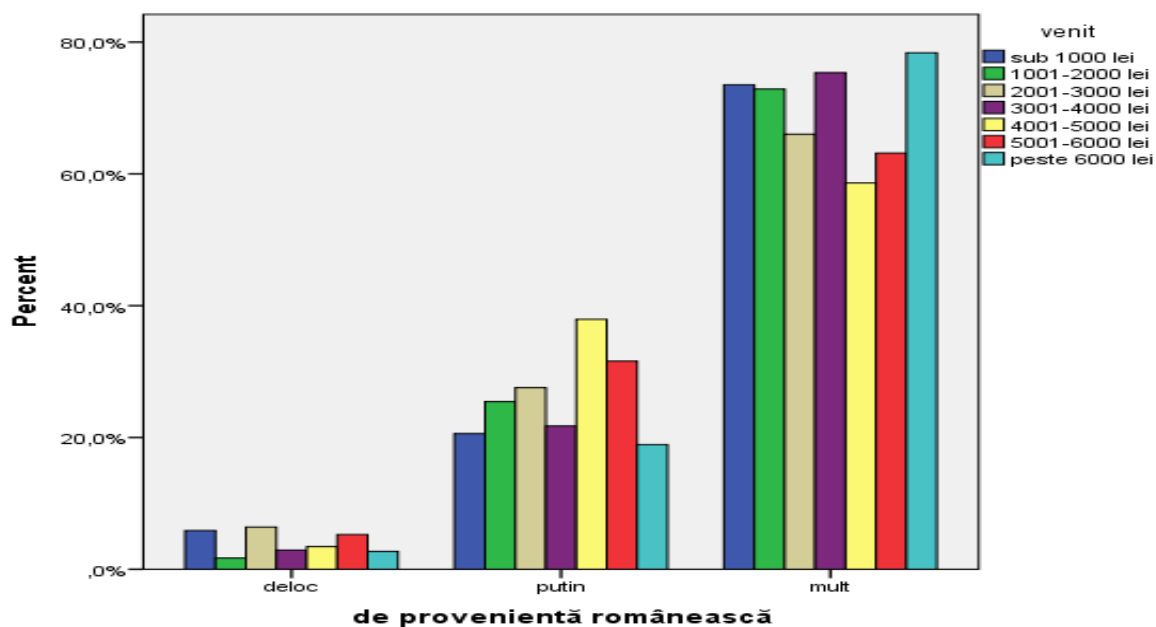
Referitor la **întrebarea douăsprezece**, „Consumul dvs. se bazează, în principal, pe legume:”, care vizează sursa de aprovizionare cu legume, în urma centralizării răspunsurilor, se remarcă faptul că 69,7% dintre respondenți aleg legumele de proveniență românească într-o măsură ridicată, respectiv 25,8% într-o măsură redusă, așa cum rezultă din figura următoare:

**Figura 1.37. - Structura respondenților care aleg legumele de proveniență românească**



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

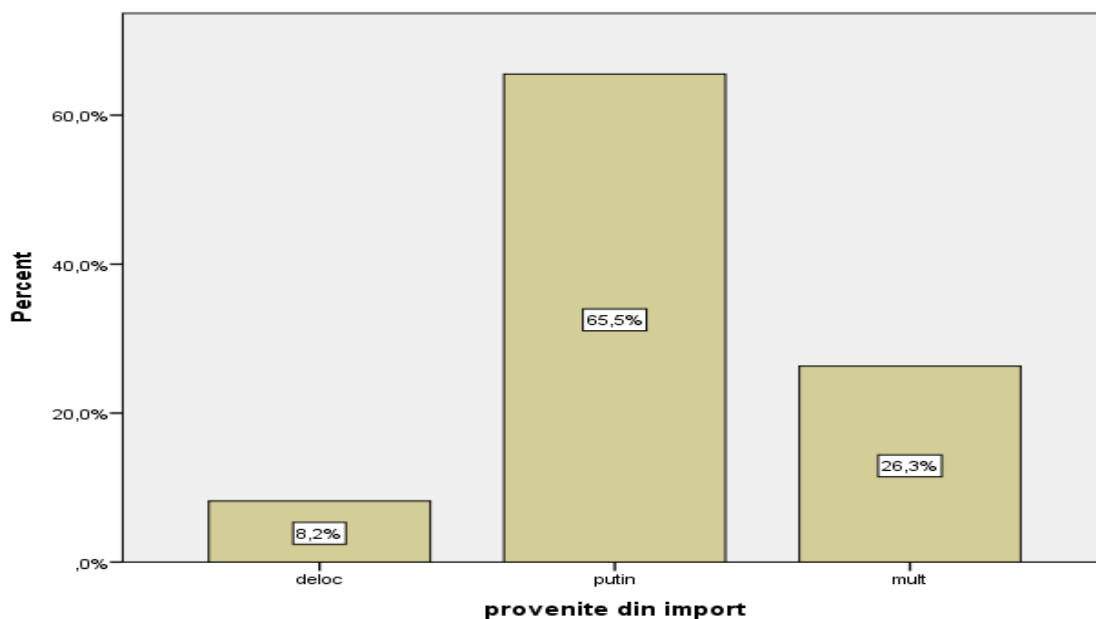
De asemenea, cei cu venituri peste 6000 lei preferă legume de proveniență românească într-o măsură mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri între 4001-5000 lei preferă legume de proveniență românească într-o măsură redusă, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.



**Figura 1.38. - Structura respondenților care aleg legumele de proveniență românească în funcție de venit**

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

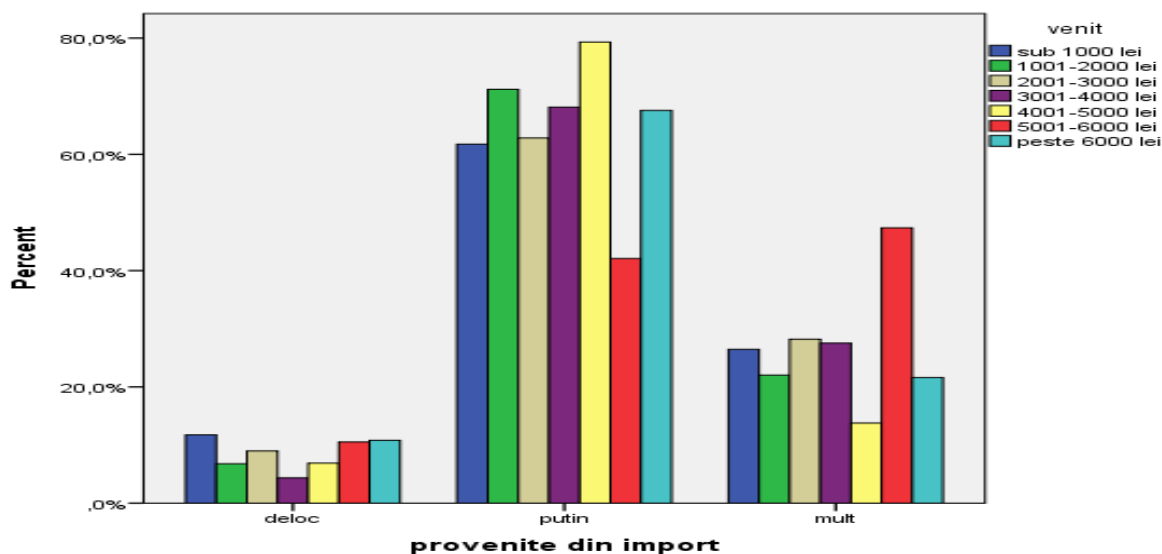
Se remarcă faptul că 26,3% dintre respondenți aleg legumele provenite din import într-o măsură ridicată, respectiv 65,5% într-o măsură redusă, așa cum rezultă din figura următoare:



**Figura 1.39. - Structura respondenților care aleg legumele provenite din import**

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

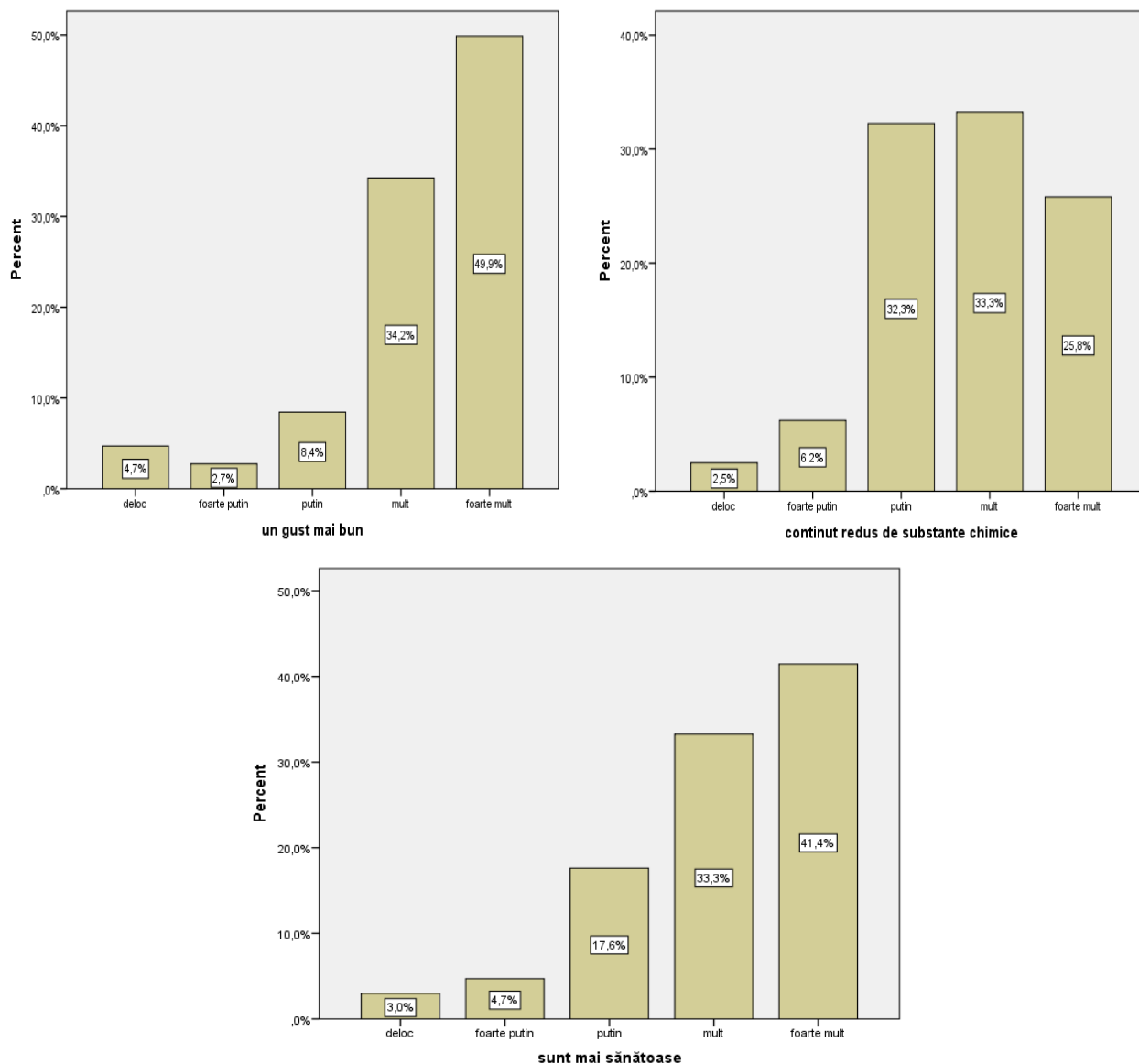
De asemenea, cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei preferă legume provenite din import într-o măsură mai redusă, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit. Respondenții cu venituri între 5001-6000 lei preferă legume provenite din import într-o măsură mai ridicată, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.



**Figura 1.40. - Structura respondenților care aleg legumele 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 legumele de proveniență românească?”, care vizează aprecierile față de legumele de proveniență românească, în urma centralizării răspunsurilor, se remarcă faptul că 49,9% dintre respondenți apreciază gustul acestora într-o foarte mare măsură, 34,2% într-o mare măsură, așa cum rezultă din figura următoare:

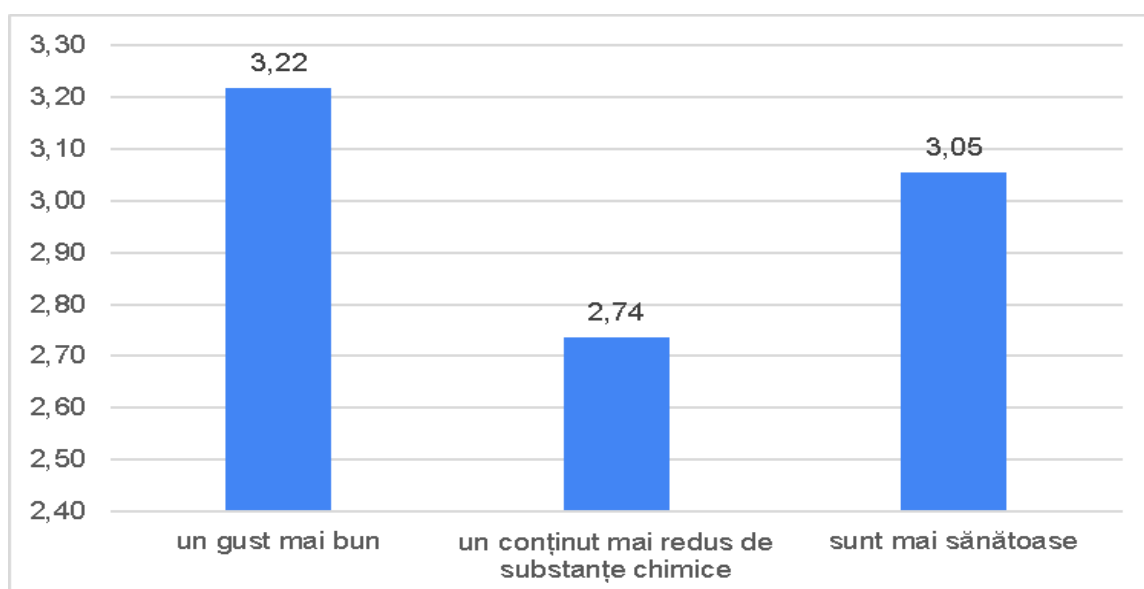


**Figura 1.41. - Structura respondenților în raport cu aprecierile față de legumele de proveniență românească**

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

De asemenea, 25,8% dintre respondenți apreciază foarte mult conținutul redus de substanțe chimice și 41,4% consideră că sunt mai sănătoase legumele 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 1.42. - Notă obținută de legumele de proveniență românească**

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

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

Dacă ne referim la aprecierile respondenților în funcție de venit, respondenții cu venituri sub 1000 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:

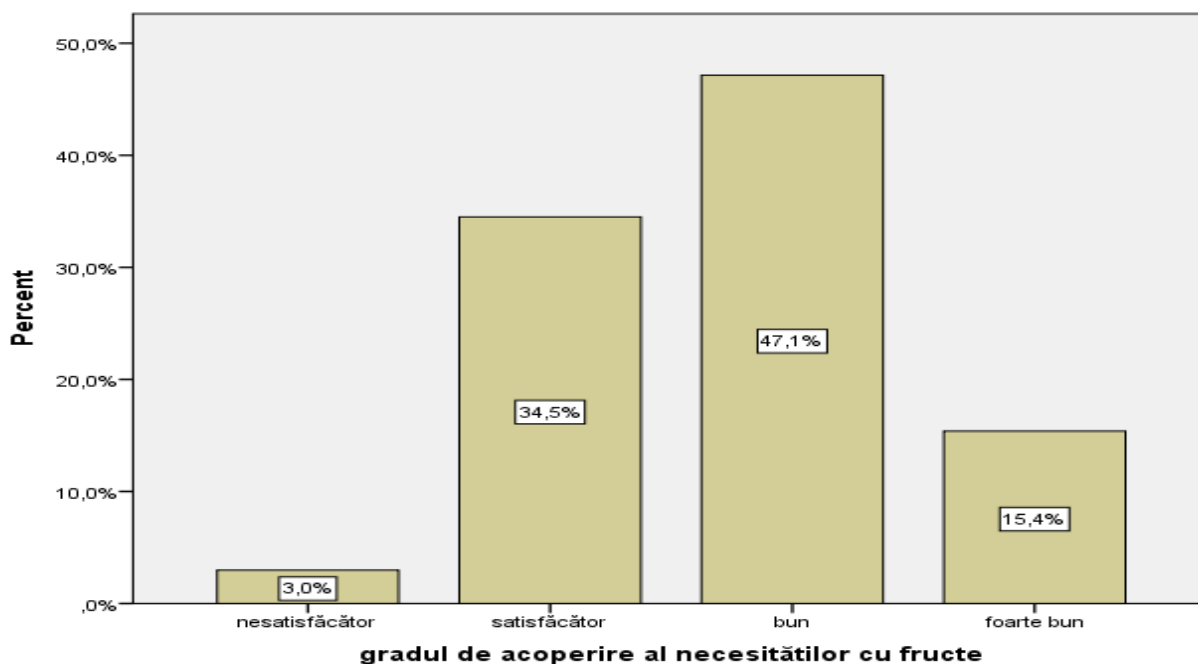
**Tabelul 1.14. - Nota obținută de legumele de proveniență românească**

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	3,41	3,36	3,12	3,13	3,28	3,26	3,32	3,22
au un conținut mai redus de substanțe chimice	3,03	2,75	2,76	2,59	2,62	2,79	2,70	2,74
sunt mai sănătoase	3,32	3,32	3,08	3,00	2,69	2,74	2,81	3,05

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

De asemenea, respondenții cu venituri sub 2000 lei consideră că sunt mai sănătoase legumele de proveniență românească, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

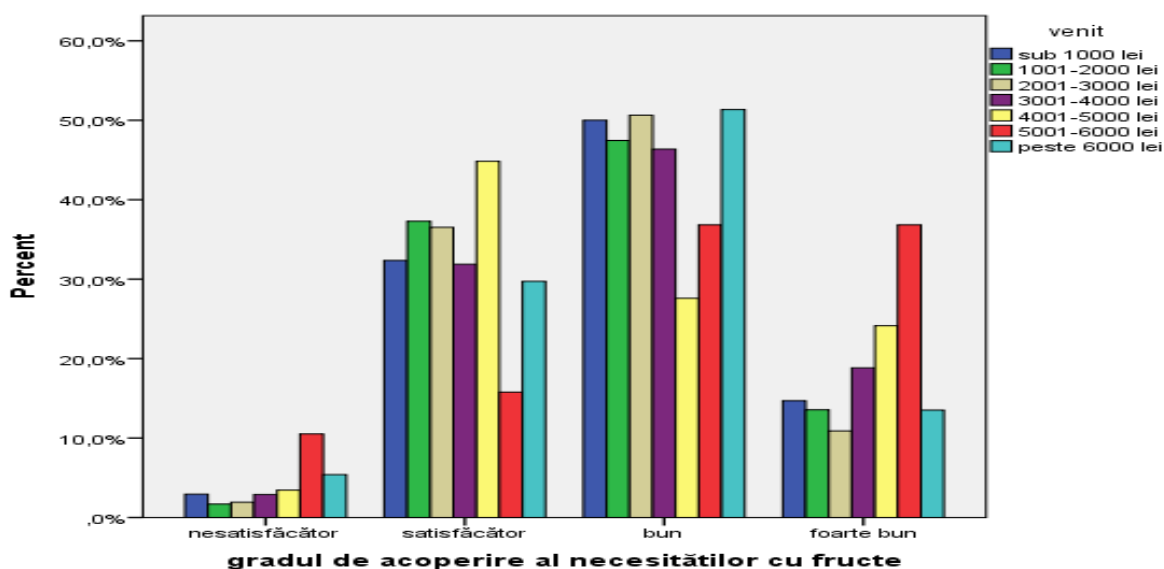
Referitor la **întrebarea patrusprezece**, „Gradul de acoperire al necesităților dumneavoastră cu legume din punct de vedere al diversității sortimentale este:”, care vizează gradul de acoperire al necesităților cu legume din punct de vedere al diversității sortimentale, în urma centralizării răspunsurilor, se remarcă faptul că 47,1% dintre respondenți consideră un grad bun, 15,4% un grad foarte bun, așa cum rezultă din figura următoare:



**Figura 1.43. - Gradul de acoperire al necesităților cu legume**

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 3000 lei apreciază gradul de acoperire al necesităților cu legume 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 tabelul următor:



**Figura 1.44. - Gradul de acoperire al necesităților cu legume în funcție de venit**

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

**Întrebarea cincisprezece**, „Cum considerați prețurile practicate pentru legumele 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:

- 62,3 dintre respondenți apreciază justificate prețurile practicate de producătorii agricoli;
- 59,1% dintre respondenți apreciază justificate prețurile practicate în piețele agroalimentare;
- 36,2% dintre respondenți apreciază justificate prețurile practicate în magazinele de proximitate;
- 38,7% dintre respondenți apreciază justificate prețurile practicate în supermarket/hipermarket;
- 37,2% dintre respondenți apreciază justificate prețurile practicate de magazinele online;
- 47,1% dintre respondenți apreciază justificate prețurile practicate în en-gros-uri.

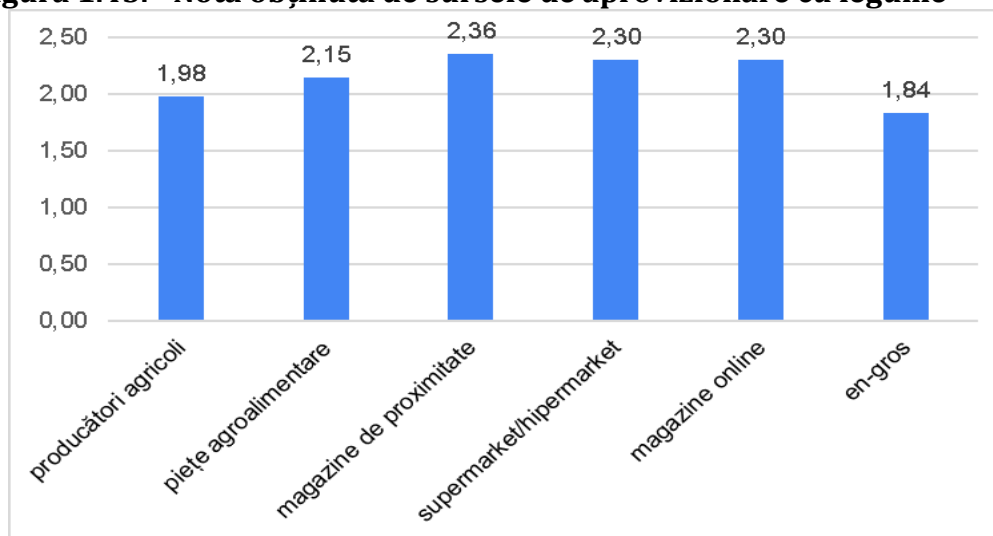
**Tabelul 1.15. - Preferințele respondenților în ceea ce privește cantitatea de legume consumată**

Sursa de aprovizionare	Prețurile practicate sunt:			Total
	mici	justificate	mari	
producători agricoli	80	251	72	403
piețe agroalimentare	52	238	113	403
magazine de proximitate	56	146	201	403
supermarket/hipermarket	63	156	184	403
magazine online	66	150	187	403
en-gros	139	190	74	403

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 legumelor:

**Figura 1.45. - Nota obținută de sursele de aprovizionare cu legume**



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-gros-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 venituri sub 1000 lei consideră justificate într-o mai mare măsură prețurile practicate de producătorii agricoli, așa cum se poate observa din tabelul următor:

**Tabelul 1.16. - Nota obținută în funcție de cantitatea consumată de legume**

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	2,00	1,97	1,96	2,03	1,93	2,11	1,95	1,98
piețe agroalimentare	2,26	2,17	2,07	2,16	2,28	2,32	2,16	2,15
magazine de proximitate	2,35	2,25	2,23	2,48	2,48	2,79	2,54	2,36
supermarket/hipermarket	2,29	2,32	2,31	2,16	2,38	2,42	2,35	2,30
magazine online	2,47	2,12	2,26	2,33	2,17	2,53	2,54	2,30
en-gros	1,85	1,56	1,85	1,84	1,90	2,16	2,00	1,84

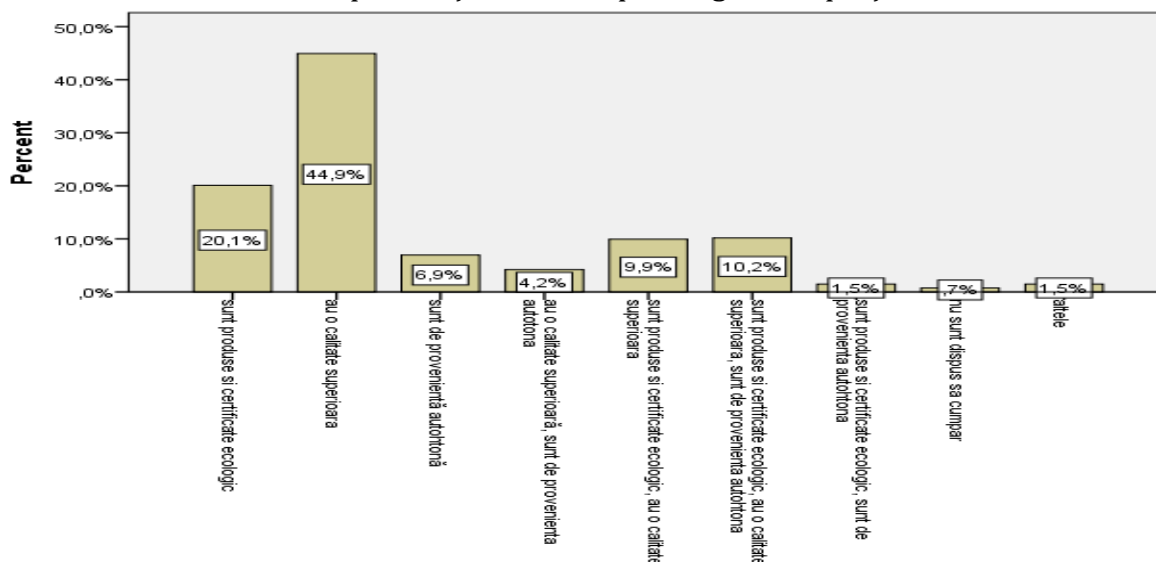
Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

Respondenții din categoria de venit peste 6000 lei consideră justificate într-o mai mare măsură prețurile practicate de engros-uri.

**Întrebarea șasesprezece**, „Sunteți dispus să cumpărați legume la prețuri mai mari dacă:”, vizează disponibilitatea respondenților de a cumpăra legume la prețuri mai mari, în diferite situații. Astfel, în urma centralizării răspunsurilor, așa cum rezultă și din figura următoare:

- 44,9% dintre respondenți ar cumpăra legume dacă au o calitate superioară;
- 20,1% dintre respondenți ar cumpăra legume dacă sunt produse și certificate ecologic;
- 6,9% dintre respondenți ar cumpăra legume dacă sunt de proveniență autohtonă;
- 10,2% dintre respondenți ar cumpăra legume dacă îndeplinesc cele trei condiții menționate anterior.

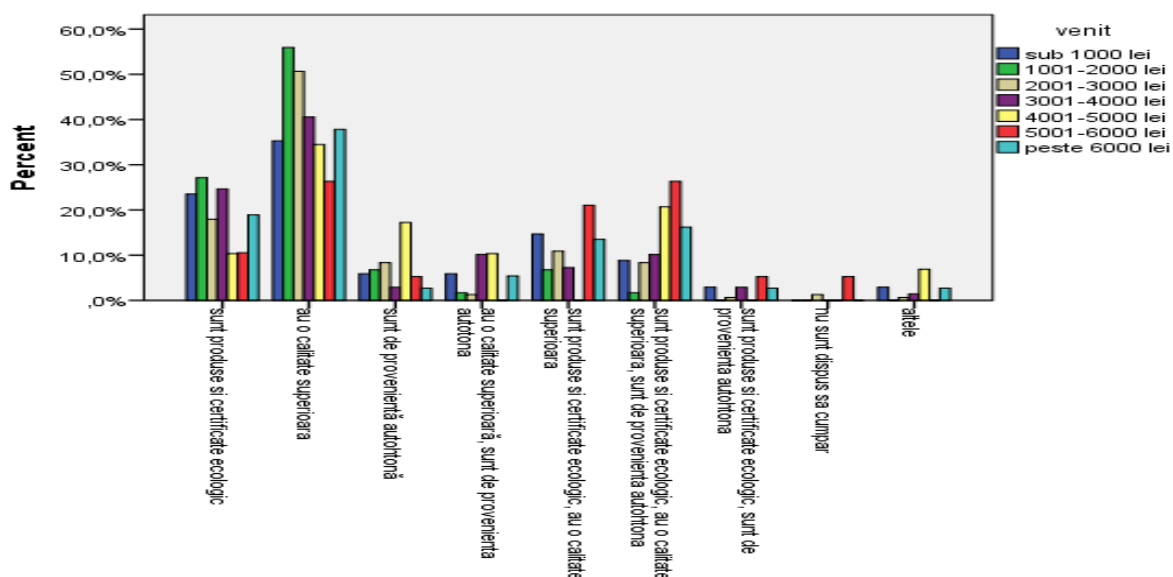
De asemenea, 0,7 % dintre respondenți nu ar cumpăra legume la prețuri mai mari.



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

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

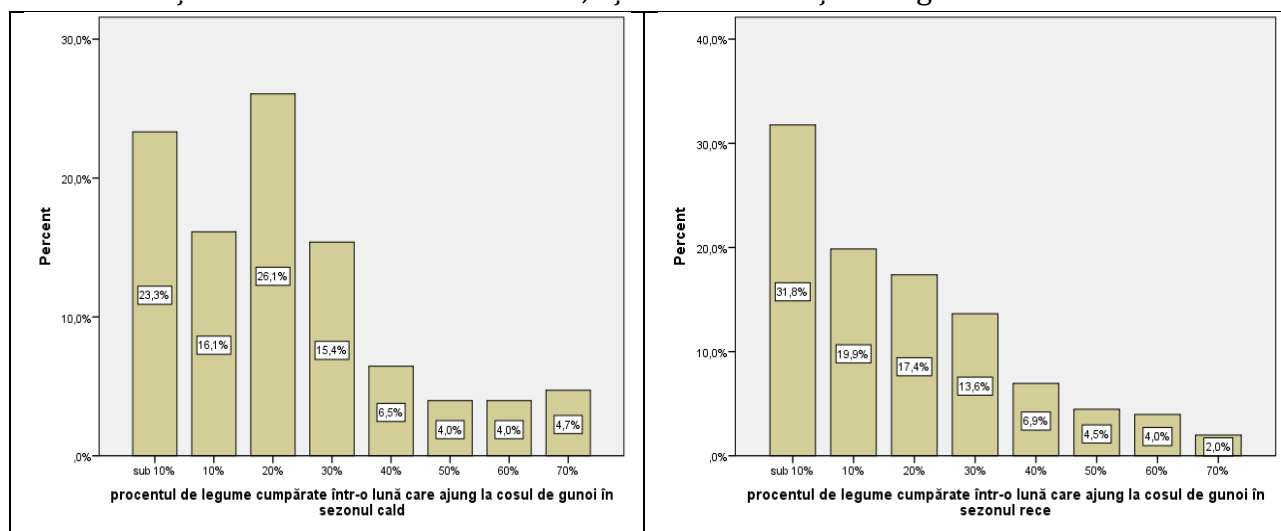
Dacă ne referim la disponibilitatea de a cumpăra legume la prețuri mai mari în funcție de venit, respondenții cu venituri sub 2000 lei sunt dispuși, într-o pondere mai mare, să cumpere legume dacă sunt produse și certificate ecologic, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit, așa cum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



**Figura 1.47. - Disponibilitatea de a cumpăra legume la prețuri mai mari**  
 Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții cu venituri între 1000-3000 lei ar cumpăra legume, într-o proporție mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venituri, dacă au o calitate superioară. Respondenții cu venituri între 2001-3000 lei ar cumpăra legume, într-o proporție mai ridicată comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venituri, dacă sunt de proveniență autohtonă.

**Întrebarea șaptespreze,** „Care este procentul de legume cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de sezon?”, vizează procentul de legume 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:

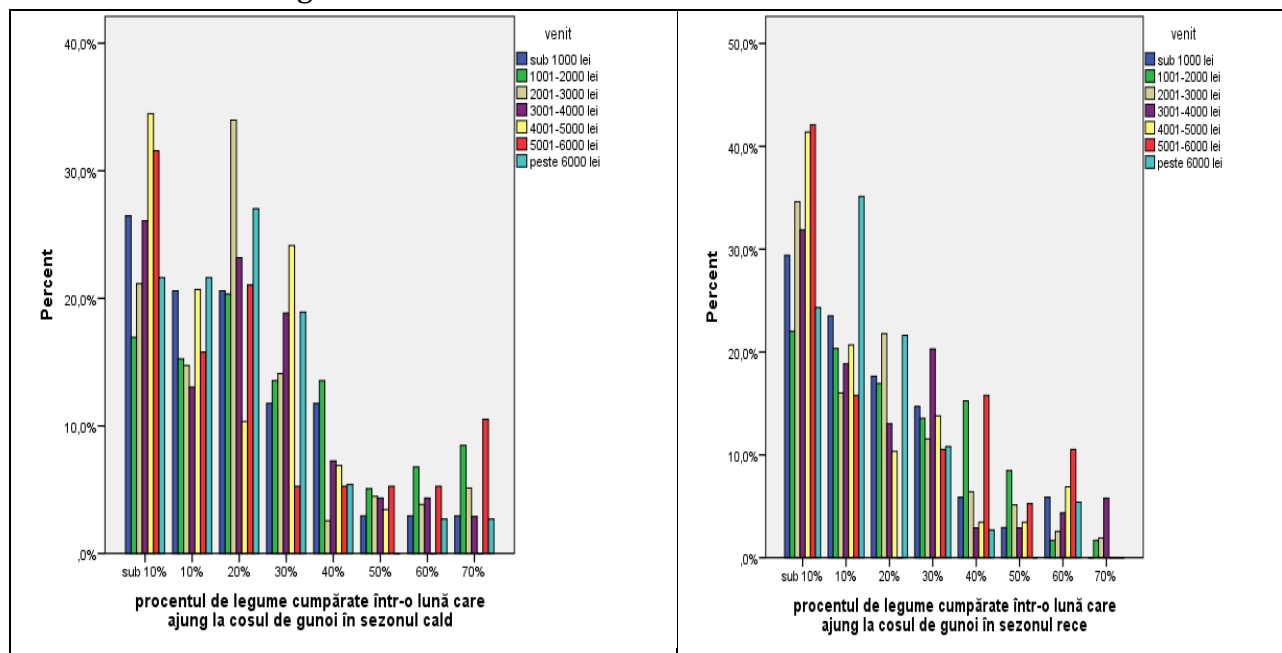


**Figura 1.48. - Procentul de legume cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de sezon** Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

- 26,1% dintre respondenți aruncă 20% din legumele cumpărate în sezonul cald;
- 23,3% dintre respondenți aruncă sub 10% din legumele cumpărate în sezonul cald;

- 16,1% dintre respondenți aruncă 10% din legumele cumpărate în sezonul cald;
- 31,8% dintre respondenți aruncă sub 10% din legumele cumpărate în sezonul rece;
- 19,9% dintre respondenți aruncă 10% din legumele cumpărate în sezonul rece;
- 17,4% dintre respondenți aruncă 20% din legumele cumpărate în sezonul rece.

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



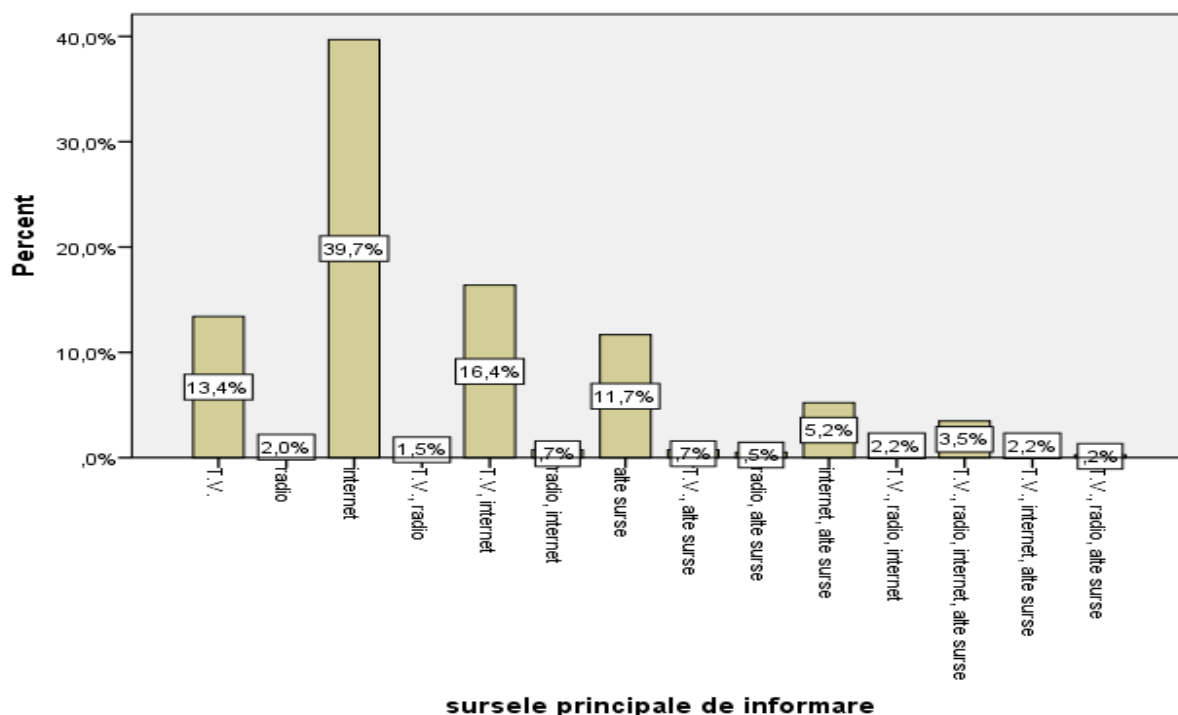
**Figura 1.49. - Procentul de legume cumpărate într-o lună care ajung la coșul de gunoi, în funcție de venit** Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

De asemenea, respondenții cu venituri între 5001-6000 lei sunt cei care aruncă în ponderea cea mai mare 70% din legume în sezonul cald, în timp ce în sezonul rece sunt cei cu venituri între 3001-4000 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.

Dacă ne referim la cei care apelează la o singură sursă, se remarcă faptul că:

- 39,7% apelează la internet, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse sub 2000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;
- 13,4% dintre respondenți apelează la T.V., într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;
- 2,0% dintre respondenți apelează la radio, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse între 5001-6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit.

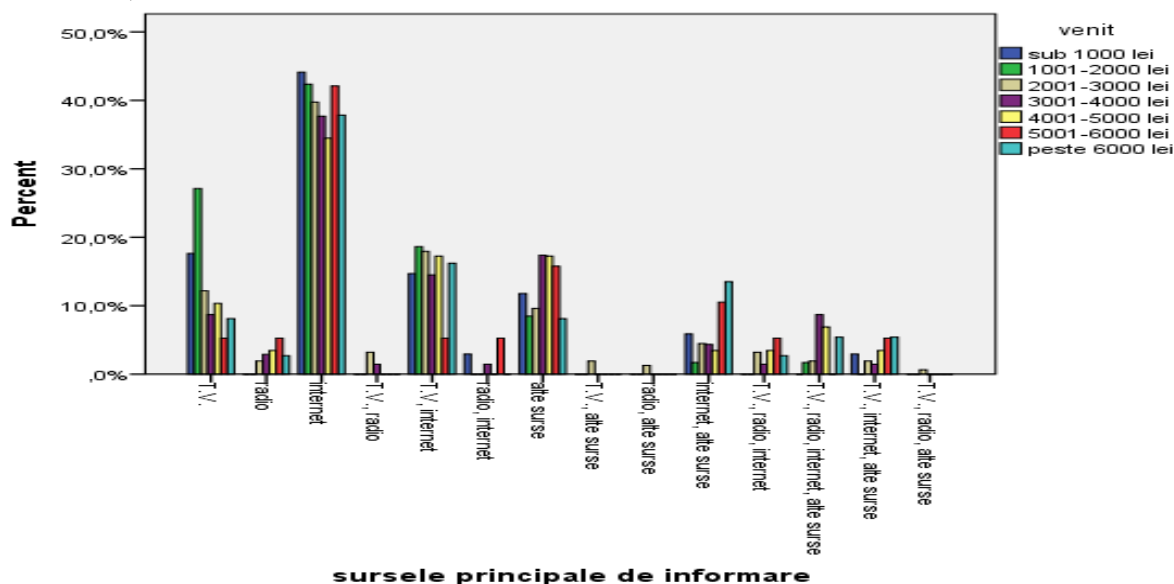


**Figura 1.50. - Sursele de informare referitoare la alimentația sănătoasă**

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

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

- 16,4% dintre respondenți apelează la T.V. și internet, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse între 1001-2000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;
- 11,7% dintre respondenți apelează la alte surse, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse între 3000- 6000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;

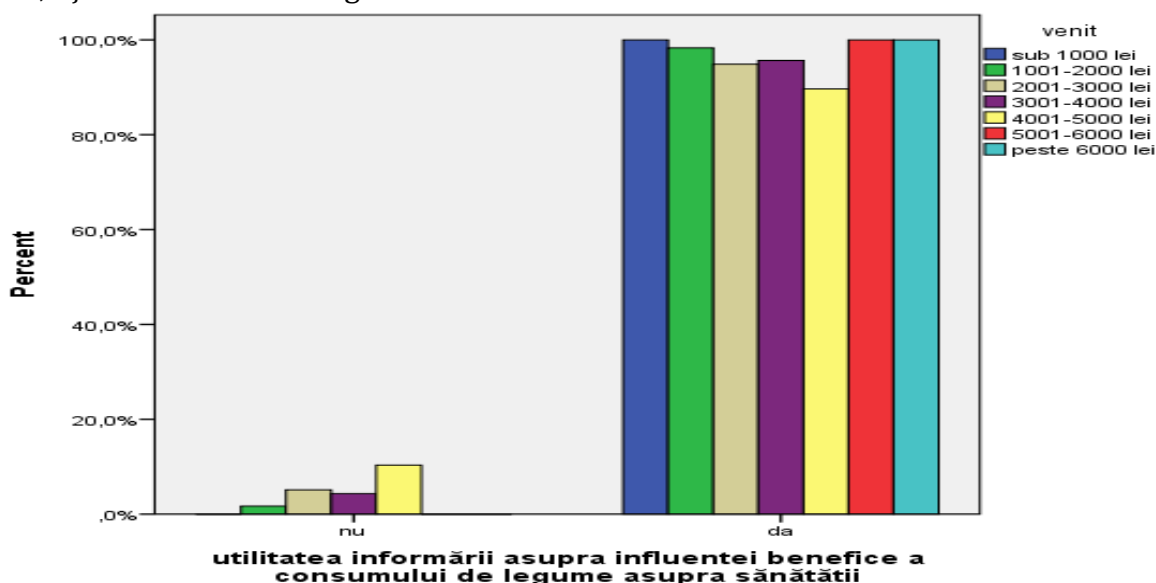


**Figura 1.51. - Sursele de informare referitoare la alimentația sănătoasă în funcție de venit**

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

- 5,2% dintre respondenți apelează la internet și alte surse, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse peste 5000 lei, comparativ cu respondenții din celelalte categorii de venit;
- 2,3% dintre respondenți apelează la T.V., internet și alte surse, într-un procent mai ridicat fiind cei cu venituri cuprinse peste 5000 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 legume?”, vizează utilitatea informării în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de legume. În urma centralizării rezultatelor, 96,3% apreciază pozitiv informarea, în timp ce 3,7% apreciază negativ, indiferent de venit, așa cum rezultă din figura următoare:



**Figura 1.52. - Utilitatea informării în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de legume**

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

**Întrebarea douăzeci**, „Aveți recomandări față de producătorii de legume? Dacă răspunsul este afirmativ, vă rugăm să le menționați”, vizează identificarea recomandărilor pentru producătorii de legume. În urma centralizării rezultatelor, 13% dintre respondenți au recomandări care vizează aspecte referitoare la producție, cât și la comercializare, așa cum rezultă din figura 1.53

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

- creșterea atenției în ceea ce privește tratamentele chimice aplicate, prin reducerea frecvenței și volumului acestora;
- diversificarea producției prin certificarea ecologică a legumelor obținute;
- extinderea suprafețelor destinate producerii de legume ecologice;
- diversificarea producției, prin orientarea către agricultura ecologică și parcurgerea tuturor etapelor necesare în acest sens;

- folosirea soiurilor locale, deoarece au gust, calitate superioară și pot fi considerate sustenabile pe termen lung.

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

- utilizarea atributului “biologic/ecologic” numai în cazul în care produsele sunt certificate de organismele abilitate în acest sens;
- organizarea în asociații/cooperative de producție/comercializare prin intermediul cărora să crească puterea de negociere în relația cu supermarketurile/hipermarketurile, astfel încât să fie eliminați intermediarii;
- utilizarea instrumentelor online pentru promovarea producției obținute, astfel încât clienții/consumatorii să fie mai bine informați.

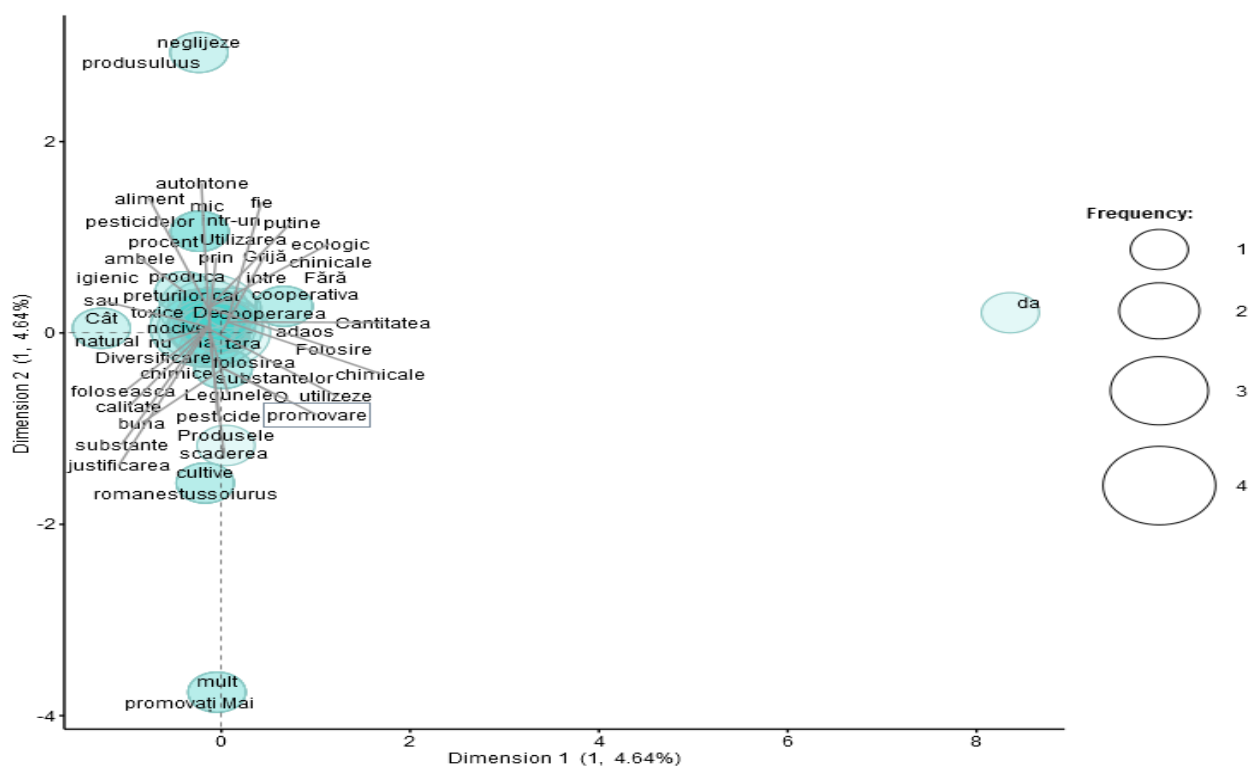


Figura 1.53. - Recomandări pentru producătorii de legume Sursa: prelucrări proprii pe baza datelor obținute din centralizarea răspunsurilor la chestionare

## Concluzii

În ceea ce privește modelul de alimentația al respondenților, se remarcă faptul că

- 37,5% 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;
- 60,1% dintre respondenți consumă mult și foarte mult lapte și produse din lapte;
- 23,6% dintre respondenți consumă mult și foarte mult pește;
- 75,7% dintre respondenți consumă mult și foarte mult legume;
- 67,3% dintre respondenți consumă mult și foarte mult fructe.

Dacă ne referim la consumul de legume:

- 79,5% din femeile intervievate și 67,2% din bărbați preferă legumele în consum;
- 75% din persoanele cu vârsta cuprinsă între 50-59 ani și 67,7% dintre persoanele cuprinsă între 25-29 ani consumă multe legume;
- 76,4% din persoanele din mediul urban și 74,3% din persoanele din mediul rural preferă în consum legumele;
- în ceea ce privește frecvența de cumpărare a legumele:
  - o sezonul cald: 67,1% dintre persoane achiziționează legume zilnic, 33,9% de 2-3 ori pe săptămână, 25,4% 1 dată pe săptămână și 31,5% ocazional;
  - o în sezonul rece: 15,5% dintre persoane achiziționează legume zilnic, 42,5% de 2-3 ori pe săptămână, 60,5% 1 dată pe săptămână și 60,7% ocazional;
- în ceea ce privește sursele de aprovizionare cu legumele:
  - o producția internă nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 33,7% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 12,2% dintre respondenți;
  - o producătorii agricoli nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 19,9% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 7,7% dintre respondenți;
  - o piețele agroalimentare nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 6,9% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 18,1% dintre respondenți;
  - o magazinele de proximitate nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 15,9% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 11,2% dintre respondenți;
  - o supermarketul/hipermarketul nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 5,2% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 39,5% dintre respondenți
  - o magazinul online nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 74,8% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 5,0% dintre respondenți;
  - o en-gros-ul nu reprezintă sursă de aprovizionare pentru 64,5% dintre respondenți și reprezintă o sursă de aprovizionare într-o măsură foarte ridicată pentru 4,7% dintre respondenți;

- ierarhizarea criteriilor în alegerea locului de achiziție a legumelor este următoarea: apropierea de casă, produse proaspete disponibile, prețurile accesibile practicate, diversitatea sortimentală, calitatea superioară a legumelor și produse ecologice disponibile;
- în ceea ce privește suma alocată în medie săptămânal pentru achiziția legumele:
  - o sub 10 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 5,5% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 1,5% dintre respondenți;
  - o 11-25 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 8,4% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 17,4% dintre respondenți;
  - o 26-50 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 24,1% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 21,3% dintre respondenți;
  - o 51-100 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 18,7% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 18,2% dintre respondenți;
  - o Peste 100 lei reprezintă suma alocată în sezonul cald pentru 7,7% dintre respondenți și în sezonul rece pentru 6,7% dintre respondenți;
- ierarhizarea criteriilor în decizia de cumpărare a legumelor este următoarea: aspect, gust, prospețime, culoare, preț;
- în primul rând respondenții preferă să cumpere legume românești la un preț mai mare, respectiv legume la un preț mai mare la o calitate mai ridicată.
- ierarhizarea criteriilor în decizia de cumpărare a legumelor este următoarea: calitatea, locul unde au fost produse, modul de realizare, prețul, țara de proveniență și ofertele promoționale;
- ordinea preferințelor respondenților în ceea ce privește consumul de legume este: în stare proaspătă, conservate și congelate/deshidratate;
- în ceea ce privește frecvența de consum a legumelor, 35,4% dintre respondenți consumă zilnic și 54,8% de 2-3 ori pe săptămână;
- 1%-4% dintre respondenți nu consumă deloc castraveți, varză, salată și rădăcinoase. De asemenea, între 4%-8% dintre respondenți nu consumă tomate, ardei, vinete, ceapă, usturoi și verdețuri. Pe primele locuri, în funcție de cantitatea consumată, se află salata și tomatele, iar la polul opus: vinete, conopidă și broccoli.
- 69,7% dintre respondenți aleg legumele de proveniență românească într-o măsură ridicată, respectiv 25,8% într-o măsură redusă;
- 49,9% dintre respondenți apreciază gustul acestora într-o foarte mare măsură, 34,2% într-o mare măsură. În ceea ce privește opinia respondenților, pe primul loc se află gustul mai bun, urmat de faptul că sunt mai sănătoase, respectiv au un conținut mai redus de substanțe chimice legumele de proveniență românească.
- în ceea ce privește gradul de acoperire al necesităților cu legumelor din punct de vedere al diversității sortimentale, 47,1% dintre respondenți consideră un grad bun, 15,4% un grad foarte bun;
- 62,3% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate de producătorii agricoli și 59,1% dintre respondenți consideră justificate prețurile practicate în piețele agroalimentare;
- 44,9% dintre respondenți ar cumpăra legume la prețuri mai mari dacă au o calitate superioară, 20,1% dintre respondenți ar cumpăra legume dacă sunt produse și

certIFICATE ecologic și 6,9% dintre respondenți ar cumpăra legume dacă sunt de proveniență autohtonă;

- 31,8% dintre respondenți aruncă sub 10% din legumele cumpărate în sezonul rece și 23,3% dintre respondenți aruncă sub 10% din legumele cumpărate în sezonul cald;
- în ceea ce privește principalele surse de informare referitoare la o alimentație sănătoasă: 39,7% apelează la internet, 13,4% dintre respondenți apelează la T.V. și 2,0% dintre respondenți apelează la radio;
- 96,3% apreciază pozitiv informarea în ceea ce privește influența benefică pentru sănătate a consumului de legume.

## **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. Cătoi, 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, Pearson Education, 2009
8. Smith, S. A., An introduction to marketing research, 2010

## LISTA TABELELOR

TABELUL 1.1. – OBIECTIVELE ȘI IPOTEZELE CERCETĂRII .....	8
TABELUL 1.2. - IMPORTANȚA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A LEGUMELOR .....	30
TABELUL 1.3. – SCORUL OBȚINUT DE DIFERITELE CRITERII ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A LEGUMELOR .....	31
TABELUL 1.4. - IMPORTANȚA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR.....	34
TABELUL 1.5. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A LEGUMELOR.....	34
TABELUL 1.6. - OPINIA RESPONDENȚILOR ÎN LEGĂTURA CU AFIRMAȚIILE REFERITOARE LA DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR.....	35
TABELUL 1.7. - SCORUL OBȚINUT DE AFIRMAȚIILE REFERITOARE LA DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR.....	36
TABELUL 1.8. - IMPORTANȚA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR.....	36
TABELUL 1.9. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR .....	37
TABELUL 1.10. - PREFERINȚELE ÎN CEEA CE PRIVEȘTE CONSUMUL DE LEGUME .....	38
TABELUL 1.11. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR .....	38
TABELUL 1.12. - PREFERINȚELE RESPONDENȚILOR ÎN CEEA CE PRIVEȘTE CANTITATEA DE LEGUME CONSUMATĂ .....	40
TABELUL 1.13. - NOTA OBȚINUTĂ ÎN FUNCȚIE DE CANTITATEA CONSUMATĂ DE LEGUME	41
TABELUL 1.14. - NOTA OBȚINUTĂ DE LEGUMELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ.....	45
TABELUL 1.15. - PREFERINȚELE RESPONDENȚILOR ÎN CEEA CE PRIVEȘTE CANTITATEA DE LEGUME CONSUMATĂ .....	47
TABELUL 1.16. - NOTA OBȚINUTĂ ÎN FUNCȚIE DE CANTITATEA CONSUMATĂ DE LEGUME	48

## LISTA FIGURILOR

FIGURA 1.1. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE GEN.....	13
FIGURA 1.2. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE VÂRSTĂ .....	13
FIGURA 1.3. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE MEDIUL DE REȘEDINȚĂ.....	14
FIGURA 1.4. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE JUDEȚUL DE DOMICILIU .....	14
FIGURA 1.5. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE NIVELUL STUDIILOR.....	15
FIGURA 1.6. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE OCUPAȚIE.....	15
FIGURA 1.7. - STRUCTURA EȘANTIONULUI ÎN FUNCȚIE DE NIVELUL VENITULUI .....	16
FIGURA 1.8. - STRUCTURA CONSUMULUI DE CEREALE ȘI PRODUSE DIN CEREALE.....	17
FIGURA 1.9. - STRUCTURA CONSUMULUI DE CARNE ȘI PRODUSE DIN CARNE .....	17
FIGURA 1.10. - STRUCTURA CONSUMULUI DE LAPTE ȘI PRODUSE DIN LAPTE .....	18
FIGURA 1.11. - STRUCTURA CONSUMULUI DE PEȘTE.....	18
FIGURA 1.12. - STRUCTURA CONSUMULUI DE LEGUME .....	19
FIGURA 1.13. - STRUCTURA CONSUMULUI DE LEGUME ÎN FUNCȚIE DE GEN ȘI VÂRSTĂ.....	19
FIGURA 1.14. - STRUCTURA CONSUMULUI DE LEGUME ÎN FUNCȚIE DE MEDIUL DE REȘEDINȚĂ ȘI VENIT.....	20
FIGURA 1.15. - STRUCTURA CONSUMULUI DE FRUCTE .....	20
FIGURA 1.16. - STRUCTURA FRECVENȚEI DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR .....	21
FIGURA 1.17. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG PRODUCȚIA PROPRIE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU LEGUME.....	23
FIGURA 1.18. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG PRODUCĂTORII AGRICOLI CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU LEGUME.....	24
FIGURA 1.19. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG PIETELE AGROALIMENTARE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU LEGUME.....	25
FIGURA 1.20. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG MAGAZINELE DE PROXIMITATE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU LEGUME.....	26
FIGURA 1.21. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG SUPERMARKETUL/HIPERMARKETUL CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU LEGUME.....	27
FIGURA 1.22. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG MAGAZINUL ONLINE CA SURSĂ DE APROVIZIONARE CU LEGUME.....	28
FIGURA 1.23. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG EN-GROS-UL CA SURSĂ C DE APROVIZIONARE CU LEGUME .....	29
FIGURA 1.24. - LOCUL ACORDAT CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A LEGUMELOR.....	30
FIGURA 1.25. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ SUB 10 LEI PENTRU ACHIZIȚIA LEGUMELOR.....	31
FIGURA 1.26. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ ÎNTRE 11-25 LEI PENTRU ACHIZIȚIA LEGUMELOR.....	32
FIGURA 1.27. -STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ ÎNTRE 26-50 LEI PENTRU ACHIZIȚIA LEGUMELOR.....	32
FIGURA 1.28. STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ ÎNTRE 51-100 LEI PENTRU ACHIZIȚIA LEGUMELOR.....	33

FIGURA 1.29. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALOCĂ PESTE 100 LEI PENTRU ACHIZIȚIA LEGUMELOR.....	33
FIGURA 1.30. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN ALEGEREA LOCULUI DE ACHIZIȚIE A LEGUMELOR.....	34
FIGURA 1.31. - SCORUL OBȚINUT DE AFIRMAȚIILE REFERITOARE LA DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR.....	35
FIGURA 1.31. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR .....	37
FIGURA 1.32. - NOTA ACORDATĂ CRITERIILOR ÎN DECIZIA DE CUMPĂRARE A LEGUMELOR .....	38
FIGURA 1.33. - FRECVENȚA DE CONSUM A LEGUMELOR.....	39
FIGURA 1.34. - STRUCTURA FRECVENȚEI DE CONSUM A LEGUMELOR ÎN FUNCȚIE DE VENIT .....	40
FIGURA 1.35. - NOTA OBȚINUTĂ ÎN FUNCȚIE DE CANTITATEA DE LEGUME CONSUMATĂ....	41
FIGURA 1.36. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG LEGUMELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ.....	42
FIGURA 1.37. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG LEGUMELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ ÎN FUNCȚIE DE VENIT .....	42
FIGURA 1.38. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG LEGUMELE PROVENITE DIM IMPORT.....	43
FIGURA 1.39. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR CARE ALEG LEGUMELE PROVENITE DIN IMPORT ÎN FUNCȚIE DE VENIT.....	43
FIGURA 1.40. - STRUCTURA RESPONDENȚILOR ÎN RAPORT CU APRECIERILE FAȚĂ DE LEGUMELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ .....	44
FIGURA 1.41. - NOTA OBȚINUTĂ DE LEGUMELE DE PROVENIENȚĂ ROMÂNEASCĂ.....	45
FIGURA 1.42. - GRADUL DE ACOPERIRE AL NECESITĂȚILOR CU LEGUME .....	46
FIGURA 1.43. - GRADUL DE ACOPERIRE AL NECESITĂȚILOR CU LEGUME ÎN FUNCȚIE DE VENIT .....	46
FIGURA 1.44. - NOTA OBȚINUTĂ DE SURSELE DE APROVIZIONARE CU LEGUME .....	47
FIGURA 1.45. - DISPONIBILITATEA DE A CUMPĂRA LEGUME LA PREȚURI MAI MARI .....	48
FIGURA 1.46. - DISPONIBILITATEA DE A CUMPĂRA LEGUME LA PREȚURI MAI MARI .....	49
FIGURA 1.47. - PROCENTUL DE LEGUME CUMPĂRATE ÎNTR-O LUNĂ CARE AJUNG LA COȘUL DE GUNOI, ÎN FUNCȚIE DE SEZON .....	49
FIGURA 1.48. - PROCENTUL DE LEGUME CUMPĂRATE ÎNTR-O LUNĂ CARE AJUNG LA COȘUL DE GUNOI, ÎN FUNCȚIE DE VENIT .....	50
FIGURA 1.49. - SURSELE DE INFORMARE REFERITOARE LA ALIMENTAȚIA SĂNĂTOASĂ .....	51
FIGURA 1.50. - SURSELE DE INFORMARE REFERITOARE LA ALIMENTAȚIA SĂNĂTOASĂ ÎN FUNCȚIE DE VENIT.....	51
FIGURA 1.51. - UTILITATEA INFORMĂRII ÎN CEEA CE PRIVEȘTE INFLUENȚA BENEFICĂ PENTRU SĂNĂTATE A CONSUMULUI DE LEGUME .....	52
FIGURA 1.52. - RECOMANDĂRI PENTRU PRODUCĂTORII DE LEGUME .....	53



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

---

Bun de tipar: 23.10.2020  
Apărut: 28.10.2020  
Format: B5  
Tiraj: 350 ex.

---

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

ISBN 978-606-623-125-1