



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ
“ION IONESCU DE LA BRAD”

Aleea M. Sadoveanu nr. 3, 700490 – IAȘI, ROMÂNIA

Tel. +40-232-213069/260650 Fax. +40-232-260650

E-mail: rectorat@uaiasi.ro
<http://www.uaiasi.ro>

PROGRAMUL: CEEEX - AGRAL

MODUL I: „PROIECTE DE CERCETARE – DEZVOLTARE COMPLEXE

Contract de finanțare nr. 31/19.07.2006

Autoritatea contractoare: Universitatea de Științe Agronomice și Medicină Veterinară București, prin Programul AGRAL

Contractor: Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară „Ion Ionescu de la Brad” Iași

RAPORT DE CERCETARE

la proiectul „Evaluarea stadiului actual și a potențialului de dezvoltare a
producției legumicole ecologice în zona de nord-est a României ”
- PRODLECO -

Etapa III/30.09.2007

Denumirea etapei:

Studiul atitudinii și preferințelor

Director proiect

Prof. univ. dr. Neculai Munteanu

CUPRINS

Capitolul 1. Introducere. Obiectivele generale. Obiectivele etapei. Rezumatul etapei.

Capitolul 2. Raport privind Activitatea III.1. – Elaborarea chestionarelor pentru studiul atitudinii și preferințelor, ca și a celui pentru arborele de decizie, stabilirea modului de interviu și validarea chestionarelor.

Capitolul 3. Raport privind Activitatea III.2 – Realizarea interviului pe bază de chestionare pentru atitudine, preferințe și arborele de decizie. Prelucrarea datelor folosind SPSS 12.

Capitolul 4. Concluzii generale.

Bibliografie

CAPITOLUL 1 INTRODUCERE

Obiective generale. Obiectivele etapei. Rezumatul etapei

- 1.1. Denumirea proiectului:** „Evaluarea stadiului și a potențialului de dezvoltare a producției legumicole ecologice în zona de Nord-Est a României” – PRODLECO
- 1.2. Scopul proiectului:** „Evaluarea stadiului actual al producției legumicole ecologice în zonă și stabilirea potențialului fermelor de a trece la sistemul ecologic de cultivare a legumelor”.
- 1.3. Obiectivele generale ale proiectului**
 - 1.3.1.** Evaluarea resurselor de cadru natural, economic și social pentru realizarea conversiei la producția legumicolă ecologică
 - 1.3.2.** Studiul atitudinii și preferințelor consumatorilor și producătorilor față de producția legumicolă ecologică
 - 1.3.3.** Studiul principalilor factori de risc din producția legumicolă ecologică.
 - 1.3.4.** Studii de caz referitoare la procesul de conversie la producția legumicolă ecologică.
 - 1.3.5.** Elaborarea conceptuală și proiectarea modelelor de trecere (conversie) la producția legumicolă ecologică
- 1.4. Denumirea etapei:** Etapa III/2007: **STUDIUL ATITUDINII ȘI PREFERINȚELOR**
- 1.5. Obiectivul etapei:** Studiul atitudinii și preferințelor consumatorilor și producătorilor față de producția legumicolă ecologică.
- 1.6. Coordonator proiect:** Profesor dr. Neculai Munteanu – Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară „Ion Ionescu de la Brad” Iași
- 1.7. Unitățile participante:**
 - Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară „Ion Ionescu de la Brad” (U.Ș.A.M.V.) Iași
 - Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare pentru Legumicultură (SCDL) Bacău
 - Institutul de Cercetări Biologice (I.C.B.) Iași, filiala INCDSB București
 - Academia Română – Filiala Iași, Institutul de Cercetări Economice și Sociale (ICES) „Gh. Zane” Iași
- 1.8. Colectivul de lucru**
 - 1.8.1.** Echipa USAMV Iași
 - Prof. dr. Neculai Munteanu – director/conducător proiect
 - Prof. dr. Tălmăciu Mihai – cercetător/specialist

- Prof. dr. Ulea Eugen – cercetător/specialist
- Prof. dr. Draghia Lucia – cercetător/specialist
- Șef lucrări dr. Stan Teodor – cercetător/specialist
- Asist. dr. Tălmăciu Nela – cercetător/specialist
- Asist. drd. Stoleru Vasile – responsabil științific proiect
- Asist. drd. Chelariu Liliana – cercetător/specialist
- Programator Trifan Rodica – cercetător/specialist
- Programator Apetrei Veronica – administrator bază date
- Tehnician Ștefanovici Lăcrămioara – administrator bază date
- Ind. drd. Stoleru Carmen Maria – cercetător/specialist
- Ing. drd. Stan Cătălin – cercetător/specialist
- Ing. drd. Popa Diana – cercetător/specialist
- Gâlea Elena – cercetător/specialist
- Bordei Diana – cercetător/specialist
- Bițic Liliana – responsabil evidență economică
- Ipătioaie Dănuț-Costel – asistent cercetare

1.8.2. Echipa SCDL Bacău:

- Director, C.P.I Stoian Lucian – coordonator proiect
- C.P.II Dr. Fălticeanu Marcela – cercetător, responsabil economic, administrator da date
- C.P.I Dr. Călin Maria - cercetător
- C.P.I Dr. Ambăruș Silvana - cercetător
- C.P.III Drd. Cristea Tina Oana – cercetător
- Asistent cercetare drd. Popa Camelia Mihaela – cercetător
- Asistent cercetare Cărare Mihaela - asistent cercetare
- Asistent cercetare Drăghici Maricica - asistent cercetare
- Asistent cercetare Nantu Andreea - asistent cercetare

1.8.3 Echipa I.C.B. Iași:

- CPI Dr. biolog Diaconu Alecu – responsabil de proiect, cercetător științific
- Biolog drd. Grecu Marius – asistent cercetare, doctorand
- Biolog drd. Cozma Valentin - asistent cercetare, masterand
- Biolog Parepa Mădălin - asistent cercetare, masterand
- Ing. prot. mediului Cloșcă Cornelia - asistent cercetare
- Biolog Filote Dragoș - asistent cercetare

1.8.4. Echipa ICES Iași:

- Prof. dr. Ec. Bohateruț Valentin-Mihai – responsabil/științific proiect
- Ing. drd. Brumă Ioan Sebastian – cercetător/specialist
- Economist drd. Matei Daniela – responsabil economic proiect

1.9. Valoarea etapei: 233.500 lei (RON)

1.10. Locul de efectuare a cercetărilor:

U.Ș.A.M.V. Iași, SCDL Bacău, I.C.B. Iași, ICES Iași, Regiunea de Nord-Est a României

1.11. Motivația activității de cercetare și modul de organizare.

Training

Cercetările au fost organizate conform Planului de realizare a proiectului; pe activitățile planificate pentru etapa III „Studiul atitudinii și preferințelor”.

Pentru a realiza producția ecologică sunt necesare câteva condiții:

- să existe condițiile de cadru natural (în special pedoclimatice) care să satisfacă cerințele producției ecologice;
- să fie asigurate condițiile tehnice, economice și sociale;
- să existe sau să fie creat factorul de interes în general, pentru acest tip de producție;
- să existe sau să fie creată o piață pentru produse ecologice ș.a.m.d.

La toate acestea mai trebuie:

- să existe dorința din partea producătorilor de a realiza producția ecologică de legume, precum și cerința din partea consumatorilor pentru produsele legumicole ecologice.

Legat de ultima condiție, literatura de specialitate (Darnhofer et al., 2005; Frezer, 1998; Burton et al., 1999; Drake et al., 1999 ș.a), arată că este deosebit de important a se cunoaște opțiunile producătorilor și consumatorilor față de producția ecologică. În acest context imperativ se înscriu activitățile acestei etape, respectiv cunoașterea atitudinii și preferințelor producătorilor și consumatorilor.

Studiul necesar pentru cunoașterea atitudinii și preferințelor s-a realizat în mai multe etape, grupate în cele două activități prevăzute în planul de realizare:

- activitatea III.1. – Elaborarea chestionare pentru studiul atitudinii și preferințelor, ca și a celui pentru arborele de decizie, stabilirea modului de interviuare și validarea chestionarelor;
- activitatea III.2. – Realizarea interviului pe bază de chestionare pentru atitudine, preferințe și arborele de decizie, prelucrarea datelor folosind SPSS 12.

Cele două activități au fost realizate în mai multe acțiuni care să asigure realizarea integrală și în cele mai bune condițiuni a programului proiectului.

Aceste acțiuni au cuprins:

- elaborarea chestionarelor;
- stabilirea modului de interviuare;
- stabilirea locațiilor (județelor) pentru fiecare unitate participantă;
- stabilirea perioadei de desfășurare a interviurilor;
- prelucrarea chestionarelor și validarea răspunsurilor;
- introducerea datelor în calculator;
- prezentarea și discutarea rezultatelor;

- întocmirea raportului științific.

În luna iulie, în zilele de 8 și 9, a fost organizat un workshop, la UȘAMV Iași cu care ocazie au fost discutate următoarele probleme:

1. Prezentarea raportului de activitate corespunzător etapei a II a, pe baza Raportului științific prezentat la AGRAL București, în ziua de 30.06.2007, de asemenea au fost discutate unele probleme în legătură cu modul de raportare economico-financiară.
2. Prezentarea programului de lucru pentru realizarea etapei a III a – Studiul atitudinii și preferințelor pe bază de chestionar.

Principalele elemente de discuție ale workshopului au fost:

- Definirea și clasificarea chestionarelor pentru interviuri și sondaje socio-economice și de atitudine și preferințe;
- Definirea atitudinii și preferințelor;
- Factorii de care depind atitudinea și preferința;
- Conținutul modelului de optimizare „arborele de decizie”;
- Modul de organizare a interviului;
- Modul de prelucrare statistico-matematică;
- Programul „SPSS – varianta 12” – conținut și mod de utilizare;
- Interpretarea și analiza rezultatelor;
- Elaborarea Raportului de activitate
 - Raportul economico-financiar (RIA)
 - Raportul științifico-tehnic (RST)

De asemenea au fost stabilite sarcinile concrete pentru fiecare echipă de cercetare:

- UȘAMV Iași : - activitatea III.1. Realizare chestionare
 - activitatea III.2. Interviuri în județul Iași
 - coordonare și realizare RST
- SCDL Bacău: - activitatea III.2 – Interviuri în județele Bacău și Neamț;
- ICB Iași: activitatea III.2. – Interviuri în județul Suceava
- ICES Iași: activitatea III.2 – Interviuri în județele Botoșani și Vaslui.

S-a stabilit că în principiu, la nivelul fiecărui județ să fie realizate circa 300 de chestionare.

Imediat ce se realizează un set de circa 50 de interviuri (chestionare completate), acestea vor fi predate UȘAMV Iași pentru a asigura prelucrarea unitară și introducerea datelor în calculator.

Termenul limită de predare a documentelor necesare către UȘAMV a fost stabilit 15.09.2007.

1.12. Rezumatul etapei

Cercetările pentru etapa III/2007 „Studiul atitudinii și preferințelor” au fost organizate în perioada iulie-septembrie 2007, de către un consorțiu format din Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară Iași, Stațiunea de Cercetare și Dezvoltare pentru Legumicultură Bacău, Institutul de Cercetări Biologice Iași și Institutul de Cercetări Economice și Sociale „Gheorghe Zane” din Iași.

Obiectivul etapei a fost de a cunoaște atitudinea și preferințelor consumatorilor și producătorilor față de producția legumicolă ecologică din județele Regiunii de Nord-Est a României.

Realizarea obiectivului propus s-a concretizat în cadrul a două activități: 1) elaborarea unui chestionar adecvat și a protocolului de desfășurare a interviului și 2) organizarea interviului, culegerea și prelucrarea datelor experimentale și realizarea raportului tehnico științific.

A fost elaborat un chestionar standard care cuprinde 42 de întrebări, din care 13 referitoare la gruparea socio-profesională a respondenților și 29 întrebări pentru relevarea atitudinii și preferințelor.

Gruparea socio-profesională are în vedere sexul, vârsta, domiciliul (rural/urban), nivelul de educație, venitul pe familie, statutul marital, numărul de membri în familie ș.a.

Atitudinea și preferința se relevă prin întrebări referitoare la importanța legumelor în alimentație, importanța legumelor proaspete, a legumelor ecologice a legumelor obținute prin inginerie genetică ș.a.; de asemenea sunt avute în vedere nivelul de pesticide în legume, calitatea legumelor, modul lor de prezentare, structura sortimentului, rata de consum ș.a.

În urma desfășurării interviului rezultă că gruparea socio-profesională este normală față de populația din zone. Au fost chestionați peste 2500 de respondenți, dar au fost validate numai 2257 de chestionare.

În general populația pe zone are o atitudine favorabilă față de producția legumicolă, în general, și cea de legume ecologice, în special.

Cei mai mulți din respondenți preferă legumele proaspete, de calitate, ecologice, cu nivel redus de pesticide și îngrășăminte de sinteză.

Prin interacțiunea expresiei atitudinii și preferinței cu criteriile de grupare profesională a reieșit două serii de concluzii: a) când există interacțiune, atitudinea și preferința sunt influențate de locul de domiciliu, de venit, de nivelul de educație, de numărul membrilor în familie și b) când atitudinea și preferințele nu sunt influențate de vârstă, sex, profesie ș.a.

CAPITOLUL 2 DESCRIEREA ȘTIINȚIFICĂ ȘI TEHNICĂ

RAPORT

privind Activitatea III.1. – *Elaborarea chestionarelor pentru studiul atitudinii și preferințelor ca și a celor pentru arborele de decizie, stabilirea modului de intervievare și validarea chestionarelor*

1.13. Preliminarii teoretice

Această activitate a fost realizată de către UȘAMV Iași, în concordanță cu normele științifice de definire și structurare a chestionarelor privind atitudinea și preferința.

Cunoscut fiind faptul că atitudinea și preferința depind de o serie de factori obiectivi și subiectivi, chestionarul va trebui să cuprindă întrebări din care să rezulte influența acestor factori. Aceste întrebări asigură așa-numita grupare socio-profesională a respondenților. O altă serie de întrebări va asigura relevarea atitudinii iar o altă serie va pune în evidență preferința.

2.1.1. Definirea atitudinii preferinței și factorii ce le influențează

Între atitudine și preferințe sunt multe asemănări de conținut dar și deosebiri.

Atitudinea se exprimă pe bază de opinii cele mai multe ori obiective care țin cont de fișierul fenomenelor și proceselor, de normele de etică și conviețuire socială.

Preferința se exprimă, în general, pe opinii subiective, determinate de satisfacerea unor cerințe proprii, personale.

De exemplu, ca atitudine se poate spune că suntem de acord că a consuma fructe este un lucru sănătos, dar ca preferință se exprimă părerea că nu ne plac fructele. Sau, suntem de acord ca medicamentele sunt necesare (atitudine), dar nu fac plăcere adică nu sunt preferate, nu sunt consumate cu plăcere (preferință).

De obicei atunci când consumatorii sunt întrebați dacă le place un anumit produs, li se cere de fapt să-și exprime atitudinile. (Chiran , Gându , 2004).

Este suficient să spuneți "aceea", pentru scopuri de măsurătoare verbală, ca celor mai mulți dintre cercetători să li se pară a consimți că atitudinea este o promptitudine, o tendință de a răspunde într-un mod sigur, când se confruntă cu un anumit stimul.

Multe dintre atitudinile independente sunt de obicei inactive si sunt expresii în vorbire sau comportare numai când obiectul atitudinii este perceput (Oppenheim, 1997).

Atitudinile pot fi definite ca o predispoziție de comportament cunoscută dinainte, un rezultat al simțirilor interioare, ce arată calea favorabilă sau nefavorabilă, în legătură cu un subiect sau serviciu dat.

De aici se poate trage concluzia că atitudinile nu sunt direct observabile ci ele trebuiesc deduse de cei care le cercetează prin întrebări adresate intervievaților.

O atitudine solidă față de un produs se realizează atunci când se bazează pe o reală folosire a lui. Sunt și atitudini care apar ca un rezultat al comportamentului chiar dacă nu se are în vedere contactul direct cu un anumit serviciu, de exemplu.

Aceiași persoană poate avea atitudini puternice sau împotriva subiect, funcție de factorii care-l influențează.

Atitudinile sunt de obicei consolidate de *încredere* (componenta cognitivă), adesea atrag *sentimente* (componenta emoțională) care pot conduce la *intenții speciale* (componenta conativă sau tendința de acțiune).

Atitudinile ca multe alte determinante de comportament sunt neatenții-deși ele sunt reale și depind de persoana care le influențează.

Sunt și atitudini care se află la limită, funcție de subiectele despre care oamenii au opinii pro sau contra. De obicei, ele nu surprind psihologii sociali care acordă mai mult timp și pricepere pentru a găsi modurile lor de măsură. Noi devenim astfel o forță conștient de persuasivă de atitudini când încercăm să le schimbăm prin procesele de comunicare, publicitate, transformare, educație și altele.

Sunt și atitudini care pentru anumite persoane sunt „etichetate”, aceasta deoarece sunt date de anumite curente ca: vegetarianism, liberalism, etc. Asemenea atitudini trebuiesc privite cu atenție, deoarece este vital în a le măsura atitudinea respectivă și care trebuiesc a fi aproximative. De obicei este mai ușor *a spune* decât *a face*, pentru cele mai multe atitudini, deoarece sunt părți compuse ale unor largi valori de încredere, sentimente. Este foarte ușor a impune un cadru preconceput (se poate sau nu a fi îndrumat) pentru o atitudine, dar aceasta ar putea să decurgă în măsură intenționată pentru a greși sau pentru a avea mai multe atitudini dintr-o dată. Nu sunt necesare atitudinile care atârnă împreună într-un mod logic. Gândirea umană despre natura atitudinii a fost mai degrabă primitivă.

Mult timp omul a tins să le perceapă ca niște linii drepte, rulând de la pozitiv prin neutru la sentimente negative pentru obiectul sau rezultatul despre care este vorba.

Încercările de a măsura locul atitudinii unei persoane pe un făgaș drept ori pe o linie continuă în așa fel încât să poată fi descris ca medie pozitivă, sau ca o convingere negativă, au mers pe aceea că sunt preferate scorurile numerice ori mediile pe rând.

Nu se găsește nici o dovadă, oricum, că modelul linear continuu este neapărat corect, deși el face lucrurile mult mai ușor în măsurarea propunerilor.

Atitudinile au multe atribute. Cele prezentate fac referire în special la conținutul lor.

Orice atitudine are și intensitate. Ea poate fi evident mai puternică sau mai slabă. De exemplu, obținerea legumelor pe substraturi nutritive artificiale poate genera atitudini de intensități diferite. Astfel, ne putem aștepta de a fi ultimii în a consimți sau nu dacă suntem de acord, cu toată convingerea, în a cultiva sau nu legume pe medii artificiale.

Intensitatea atitudinii este un atribut foarte important, deoarece determină funcționarea atitudinii.

Puterea predicativă a măsurătorii, va depinde în funcție de patru elemente comportamentale posibile: *acțiunea, ținta, timpul și contextul*.

Acțiunea se referă la comportamentul specific de interes: cumpărarea, folosirea, împrumutarea. Este imperativ ca măsurarea atitudinii să reprezinte corect elementul acțiune, întrucât eșecul să realizeze acest lucru și poate fi accentuat în detrimentul corectitudinii predicției lor.

Ținta. Elementele țintă pot fi foarte generale (ex.: cumpărarea legumelor proaspete) sau foarte specifice (ex: cumpărarea de tomate, dintr-un anumit soi). Gradul de specificitate a țintei depinde de comportamentul de interes.

Timpul. Acest element insistă asupra timpului în care comportamentul este preconizat să se întâmple. Cu cât timpul evaluării este mai apropiat de timpul acțiunii, cu atât predicția atitudinilor poate fi făcută mai corect. Nevoia de evaluare a atitudinilor, cu mult înainte față de comportamentul real, acționează împotriva forței relației atitudine-comportament. Atitudinile nu sunt statice. Ele se pot schimba ușor ca rezultat al unor circumstanțe neașteptate și al unor influențe situaționale.

Contextul sau împrejurarea se referă la cadrul în care comportamentul are loc. Comportamentul este uneori mai afectat de presiunea mediului social decât de atitudinile personale. Cei mai mulți oameni au cel puțin experiența unei situații în care au făcut ceva nu pentru că aceea a fost dorința lor personală, ci din cauza influenței sociale.

În consecință, măsurarea atitudinilor este adesea urmată de măsurarea influențelor sociale pentru predicția comportamentului.

Sunt și atitudini, care studiate în profunzime pot atinge filozofia fundamentală de viața a persoanei, în timp ce altele pot fi superficiale. Aceste "Atitudini superficiale" au fost denumite de Oppenheim, în 1997, opinii. Opiniile la rândul lor generează *atitudini*. O atitudine este astfel un mănunchi de opinii. Atitudinile la rândul lor creează *valori*, iar la nivel diferit, acestea din urmă conturează *personalitatea*.

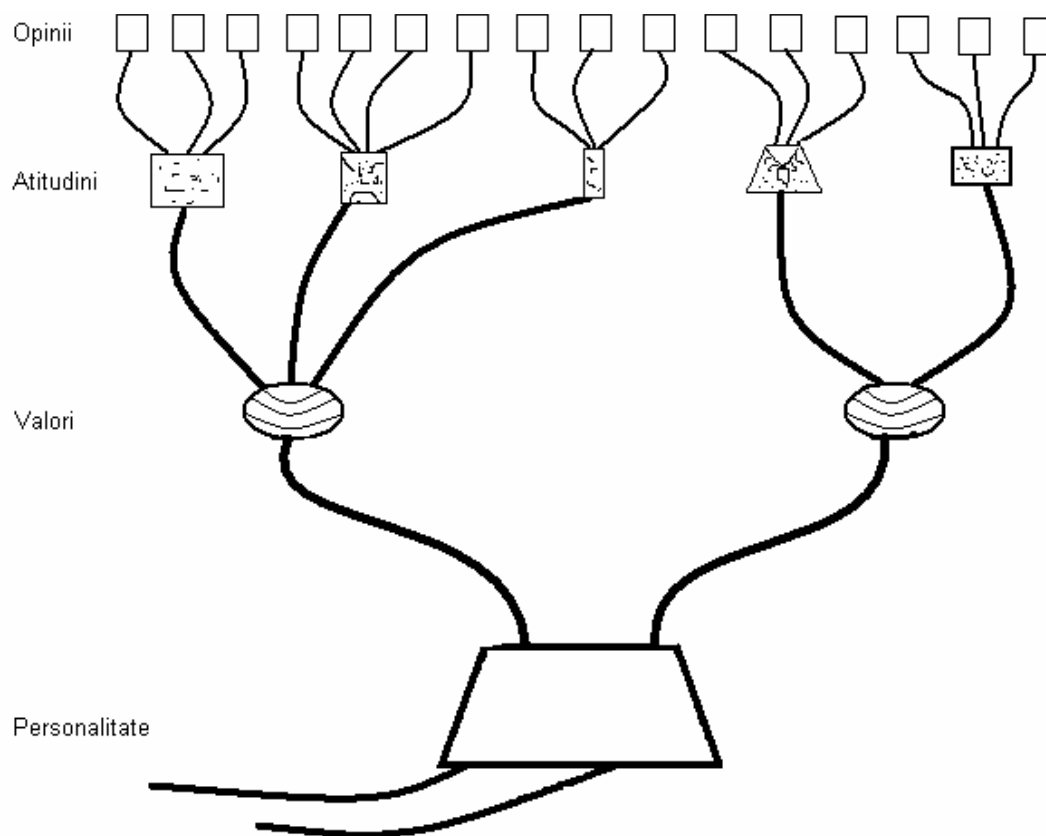


Fig. – Arborele formării personalității pe baza atitudinilor

2.1.2. Conținutul și structura chestionarelor de analiză a atitudinii și preferințelor

Chestionarul este o listă de întrebări de diferite forme care sunt puse oral sau în scris în vederea culegerii de informații relative la un subiect (Chirouze, 1985 citat de Buia, 2003).

Orice chestionar este unic prin formă și fond.

Redactarea chestionarului este o problemă dificilă mai ales în cazul studiilor de piață, deoarece nu există o formulă unică de elaborare care să conducă la stabilirea unui chestionar foarte bun. De fapt un chestionar este considerat a fi bun, atunci când furnizează răspunsuri *așteptate, adevărate și utilizabile*.

În redactare unui chestionar trebuie să se țină cont de următoarele aspecte:

- lungimea chestionarului;
- tipul de întrebări ce vor fi utilizate;

- limbajul utilizat;
- modul de prelucrare;
- evitarea erorilor involuntare.

Un chestionar este planificat, scris, construit și verificat cu mult timp înainte de a fi utilizat.

Elaborarea chestionarului ține cont în primul rând de obiectul anchetei. Întrebările și eventualele probleme ce intervin în elaborarea lor sunt legate strict de obiectivele care sunt urmărite.

Dacă informațiile privesc subiecte petrecute, atunci formularea și elaborarea chestionarelor se realizează mai ușor. În cazul unor probleme noi, timpul pentru elaborarea chestionarului este mai lung și mai dificil de elaborat. În cazul în care ancheta vizează atitudinea persoanelor chestionate, întrebările privind exprimarea acestora sunt ușor de formulat; în cea mai mare parte se primesc răspunsuri (fiecare își exprimă atitudinea în legătură cu subiectul în cauză). Cel mai dificil în culegerea de informații privind atitudinile îl reprezintă măsurarea intensității acestora. Având în vedere cele formulate mai sus trebuie să se evite întrebările care ar conduce la apariția de erori în răspuns.

Erorile pot fi provocate voluntar, de către respondenți, datorită mascării unei atitudini, opinii etc, sau pot fi involuntare deoarece problema în cauză nu a fost înțeleasă.

Orice chestionar trebuie să fie *confidențial*.

În studiul de față a fost folosit un chestionar propriu, conceput după normele prevăzute de literatura de specialitate (Oppenheim, 1997).

Chestionarul relevant are ca scop cunoașterea atitudinii și preferinței respondenților față de produsele legumicole sustenabile. Conform normelor, chestionarul include și elemente de grupare socio-profesională cunoscut prin faptul că răspunsul la întrebări depinde în mod esențial de ---- respondenților într-un anumit grup socio-profesional.

De asemenea, chestionarul referitor la produsele legumicole obținute în sisteme de agricultură sustenabilă, privește atât aspecte socio-profesionale cât și aspecte atitudinale și de preferință.

Aspectele socio-profesionale, reprezentate de șase întrebări, se referă la vârsta, sex, numărul de membri ai familiei, venitul net pe membru de familie, nivelul de instruire dar și pregătirea profesională.

Aspectele atitudinale și de preferință cuprinse în chestionar vizează în special consumul de legume, produse atât în sistem sustenabil cât și convențional. Se au în vedere și cunoștințele pe care cei chestionați le au față de legislația ecologică de obținere a legumelor ecologice. Preferința și atitudinea consumatorilor față de produsele legumicole sunt scoase în evidență printr-un set de 39 de întrebări.

2.1.3. Formularea întrebărilor deschise sau închise

Pentru evitarea unor inconveniente, întrebările puse trebuie să întocmească o serie de caracteristici bine definite [Helfer, 1985]. Astfel ele trebuie să fie:

- ușor de înțeles, adică să nu conțină cuvinte ce nu pot fi înțelese de orice respondent;
- stimulatoare, adică întrebările puse trebuie să incite la un răspuns;
- precise, adică să antreneze răspunsuri ușoare și să permită o bună prelucrare a datelor culese.

Înainte de a vedea în ce manieră se prezintă chestionarul, trebuie rezolvate problemele legate de conținutul întrebărilor, ca de exemplu: tipul și forma întrebărilor, succesiunea lor și codificarea.

Pentru redactarea chestionarului este nevoie să fie stabilite tipuri de întrebări. Alegerea nu este indiferentă, ci fiecare tip corespunde nevoilor specifice anchetei. Mai mulți autori (Lejeune, 1993; Javeau, 1997) clasifică întrebările în:

- întrebări închise;
- întrebări deschise;
- întrebări semi-deschise.

Întrebările închise, sunt acele întrebări pentru care răspunsurile sunt fixate dinainte și respondentii trebuie să aleagă din variantele de răspunsuri propuse. Acest tip necesită o precodificare a răspunsurilor, ceea ce va permite prelucrarea imediată a acestor întrebări. Întrebările închise sunt ușor de exploatat, acestea determinând utilizarea frecventă a lor. În cazul anchetelor asupra atitudinilor, este dificil să se asigure exclusivitatea prin variantele de răspuns propuse.

În cazul lucrării de față s-au folosit doar două tipuri de întrebări închise: cu răspuns unic și cu scale nuanțate de răspuns.

Întrebările cu răspuns unic sunt acelea unde respondentul trebuie să aleagă doar o variantă de răspuns. Acestea sunt cel mai ușor de prelucrat statistic.

Întrebările cu scale ale atitudinilor, permit nuanțarea răspunsurilor pe o gradație de tip: foarte mult *versus* deloc. Aceasta se realizează explicitând fiecare răspuns prin note de la 0 la 10. De exemplu în întrebarea: „Cât de mult vă place să consumați legume proaspete?”. Întrebări de genul celei prezentate mai sus permit măsurarea atitudinilor prin note, simplificând prelucrarea și dând posibilitatea efectuării unor analize.

Aceste întrebări pot fi caracterizate prin:

- se pretează cel mai bine la prelucrarea și analiza statistică, se prelucrează repede fără să necesite analize intermediare complicate;
- sunt ușor de înțeles și se poate răspunde repede;
- garantează un anumit anonimat;
- servesc la gruparea respondenților;
- prezintă pericolul “de a dicta” răspunsul celui anchetat, în măsura în care răspunsul la care s-a gândit nu figurează printre cele posibile.

Întrebările deschise (Buia, 2003) sunt acelea care lasă pe cel interesat să răspundă fără nici o constrângere. Întrebările deschise se prezintă astfel:

- sunt nestructurate, sunt întrebările la care respondenții pot să răspundă cum doresc; de exemplu în întrebarea: ”Ce părere aveți...?”
- completarea unei fraze, când respondenților li se prezintă o frază incompletă pe care trebuie să o completeze, etc.

Acest tip de întrebare prezintă unele caracteristici:

- dacă sunt bine formulate, se pot obține informații asupra oricărui subiect;
- sunt indispensabile în ce privește culegerea de informații, cum sunt cele legate de măsurarea atitudinilor;
- utilizarea lor este impusă în cazul în care nu pot fi prevăzute toate răspunsurile posibile;
- formularea lor este delicată, de aceea ele trebuie să fie cuprinzătoare, să nu comporte ambiguități și contrasensuri;
- prelucrarea lor este anevoioasă și costisitoare.

1.14. Scop și obiective

Scopul acestei activități este de a concepe și redacta un chestionar corespunzător care să releve atitudinea și preferințele populației din Regiunea de Nord-Est a României, în funcție de principalii factori socio-profesională.

În vederea realizării scopului au fost stabilite următoarele obiective țintă:

1. Stabilirea întrebărilor ce definesc gruparea socio-profesională;
2. Stabilirea întrebărilor ce exprimă atitudinea respondenților;
3. Stabilirea întrebărilor ce definesc preferințele respondenților;
4. Stabilirea întrebărilor din arborele decizional;
5. Stabilirea tipului de răspunsuri așteptate;
6. Stabilirea formei de prezentare a chestionarului și de încadrare a întrebărilor în pagină;
7. Stabilirea modului de intervievare;
8. Validarea chestionarelor.

1.15. Material și metodă

Chestionarul a fost elaborat de către echipa UȘAMV Iași, împreună cu colegii de la ICES Iași. Forma finală a fost supusă dezbaterii întregului colectiv de cercetare de la cele patru unități colaboratoare.

Realizarea chestionarului a fost realizată pe baza unei bogate bibliografii în domeniu (Buia și colab., 2003, Chiran și colab., 2003; Munteanu și Rominger, 2001; Oppenheim, 1997).

Referitor la primul obiectiv, respectiv formularea întrebărilor ce definesc gruparea socio-profesională s-a avut în vedere următoarele criterii: *sexul, mediul de domiciliu, vârsta, numărul membrilor în familie, nivelul de instruire, venitul*

net, profesia, statutul marital, persoane în întreținere, consumator/non-consumator de legume, producător sau consumator de legume ș.a.

Referitor la al doilea obiectiv – formularea întrebărilor ce definesc atitudinea au fost propuse spre atenție criteriile: *posibilitatea de a procura legume, valoarea legumelor, locul unde se produc legumele, modul cum sunt produse legumele, cine produce legumele, valoarea legumelor românești față de cele străine, valoarea legumelor ecologice, prețul legumelor ecologice, modul de prezentare, cerințele consumatorului, legume obținute de la organisme modificate genetic, legislația referitoare la legumele ecologice.*

Referitor la obiectivul al treilea – formularea întrebărilor ce relevă preferința respondenților au fost luate în considerare următoarele criterii: *locul de producere, modul de producere, tipul producătorului, aspectul produselor și modul de prezentare (ambalare, etichetare), tipuri și soiuri de legume ș.a.*

Realizarea **obiectivului al patrulea**, respectiv formularea întrebărilor pentru arborele decizional, au fost alese întrebări din ansamblul chestionarului, astfel încât în final să se poată trasa rețele de întrebări și răspunsuri în mod înlănțuit. Arborele decizional va cuprinde întrebările de grupare socio-profesională și 2-3 întrebări de atitudine și/sau preferință.

Obiectivul al cincilea, referitor la răspunsurile așteptate, au fost alese trei categorii de model de răspuns, în funcție de conținutul întrebării. Pentru toate criteriile, în general sau folosit întrebările închise cu variante de răspuns.

Pentru realizarea **obiectivului șase**, referitor la forma de prezentare a chestionarului, s-a optat pentru un format ușor de tehnoredactat, cu scriere clară, concisă, fără echivocuri, pe un număr rezonabil de pagini, numărul întrebărilor să fie suficient de mic, încât să se poată răspunde într-un timp destul de scurt (15-20 minime).

Stabilirea modului de intervievare (**obiectivul șapte**) a necesitat dezbateri între membrii colectivului de cercetare, avându-se în vedere următoarele posibilități:

- panel deschis (public) cu specialiști sau de o anumită categorie socio-profesională;
- proba de sondaj la nivelul întregii regiuni;
- interviu „face to face”;
- interviu telefonic sau prin corespondență;
- interviu asistat;
- interviu neasistat ș.a.;
- chestionare pentru specialiști;
- chestionare pentru nespecialiști ș.a.

Validarea chestionarelor – **obiectivul opt** este un obiectiv care a fost realizat la UȘAMV Iași, folosind o probă de sondaj relativ redusă, cu persoane ce au format un grup socio-profesional compact – 50 de studenți din anul IV de la Facultatea de Horticultură. Validarea a urmărit să pună în evidență

corectitudinea întrebărilor, claritatea acestora, uniformitatea răspunsurilor pentru anumite întrebări ș.a.

1.16. Rezultate obținute

1.16.1. ***Forma și conținutul chestionarului.*** Chestionarul este prezentat în continuare.

Chestionarul este realizat pe opt pagini A4. Pe prima pagină este trecut antetul care cuprinde denumirea universității, denumirea facultății și denumirea contractului de cercetare. După titlul „Chestionar de evaluare științifică” este scris titlul proiectului.

Se îndeplinește apoi condiția de a preciza faptul că acest chestionar este CONFIDENȚIAL. Acest lucru se respectă prin aceea că nu se cer date privind numele și prenumele respondentului, domiciliul, vârsta, ori data nașterii etc., ori semnătura.

Chestionarul cuprinde 45 de întrebări. Primele 16 întrebări asigură încadrarea socio-profesională a respondenților, iar următoarele 29 de întrebări au rolul de a releva atitudinea și preferințele intervievaților.

Din primele 16 întrebări, un număr de 13 întrebări sunt cu răspunsuri date (sugerate), iar trei sunt cu scale zecimale simple sau lisă, denumite și *scale Likert*.

Cele 29 de întrebări, referitoare la atitudine și preferință, sunt gradate cu 5 (cinci) trepte, respectiv variante de răspuns, așezate de la stânga la dreapta:

- *sunt întrutotul de acord*
- *sunt de acord*
- *sunt nesigur*
- *nu sunt de acord*
- *nu sunt deloc de acord*

Pe ultima pagină, la sfârșit se atașează o propoziție de mulțumire: „Vă mulțumim pentru timpul și atenția Dumneavoastră!”

Chestionar de evaluare științifică

*Aspecte
social-
profesionale*

**“Studiul privind atitudinea și preferințele
consumatorilor și producătorilor față de producția
legumicolă ecologică”**



Acest chestionar este strict CONFIDENTIAL !

1. Sunteți de sex : (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

masculin ☐

feminin ☐

2. Locuiți în mediul : (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

rural ☐

urban ☐

3. În ce grupă de vârstă vă încadrați ? (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

18 – 25 ani ☐

26 – 40 ani ☐

41 – 65 ani ☐

peste 65 ani ☐

4. Care este numărul de membri ai familiei Dumneavoastră?

scrieți

.....

5. Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ? (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

- cel mult 8 clase ☐
- 10 clase/ școala profesională ☐
- liceu/ școala postliceală ☐
- colegiu/ facultate/ studii postuniversitare ☐

6. În ce grupă de venit net (lei) vă încadrați ? (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

- până la 400 ☐
- 400 – 800 ☐
- 800 – 1200 ☐
- 1200 – 2000 ☐
- peste 2000 ☐

7. Puteți da, vă rugăm , detalii cât mai exacte despre profesia pe care o practicați ?

scrieți

.....

8. Sunteți : (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

- căsătorit (ă) ☐
- necăsătorit (ă) ☐
- divorțat (ă) ☐
- alte situații ☐

9. Aveți copii și alte persoane în întreținere?

DA ☐ NU ☐

10. Câte persoane aveți în întreținere?

scrieți

.....

11. În general, vă place să consumați legume proaspete ? (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

DA ☐

NU ☐

12. Dacă Da, cât de mult vă place să consumați legume proaspete ? (Vă rugăm să marcați cu un x pe scală, punctul unde credeți că se află părerea Dumneavoastră)

Extrem de mult

Absolut deloc



13. Cât de des consumați legume proaspete ? (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

O dată sau de mai multe ori pe zi ☐

De 4-5 ori pe săptămână ☐

De 2-3 ori pe săptămână ☐

O dată pe săptămână ☐

Mai puțin de o dată pe săptămână ☐

14. Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură?

Da

Nu



15. Vă declarați producător de legume ecologice, și în ce măsură?

Da

Nu



16. Depinde de sezon consumul de legume proaspete ? (vă rugăm să marcați cu x într-una din căsuțe)

DA ☐

NU ☐

Aspecte
atitudinale și de
preferință față de



Vă rugăm să înconjurați **doar unul** din răspunsuri, pentru fiecare din afirmațiile următoare



1. Legumele proaspete sunt produse alimentare ușor de procurat.

Sunt întru totul
de acord

Sunt
de acord

Sunt
nesigur

Nu sunt
de acord

Nu sunt deloc
de acord



2. În familia mea cumpăr legume, deoarece sunt produse alimentare preferate.

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

3. Eu consider că legumele proaspete sunt sănătoase pentru familia mea.

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

4. În general, sunt satisfăcut de sortimentul de legume existent pe piață.

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

5. În momentul în care cumpăr legume, mă interesează locul unde au fost produse (seră, solarii, câmp).

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

6. Prefer legumele obținute în câmp celor din seră.

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

7. Când cumpăr legume mă interesează cine este producătorul acestora.

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

8. Legumele românești sunt cele mai bune.

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

9. Legumele din import nu au gustul la fel de bun ca a celor românești.

Sunt într-un total de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

10. Legumele din import completează piața în extrasezon.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

11. Legumele de la producătorii particulari sunt superioare celor din fermele specializate.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

12. Cumpăr legume numai de la producătorii particulari.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

13. Nu cumpăr legume din import pentru că nu-mi plac.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

14. Aș aprecia o ambalare și o prezentare superioară a sortimentului de legume.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

15. Prețul legumelor depinde de calitatea lor.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

16. Apreciez aspectul uniform al legumelor în momentul în care le cumpăr.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

17. Cumpăr preferențial anumite tipuri, varietăți sau soiuri de legume.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

18. Fermierii ar trebui să țină seama de continua schimbare în cerințele și gusturile consumatorilor.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

19. Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

20. Cred că nivelul de pesticide (produse chimice) al legumelor din import e mai mare.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

21. Nu o să consum niciodată legume obținute prin inginerie genetică.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

22. Nu știu care este diferența dintre produsele legumicole obținute folosind produse chimice (îngrășăminte, substanțe de combatere a bolilor și dăunătorilor) și cele obținute fără a folosi aceste substanțe.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

23. Nu cunosc care este diferența dintre produsele legumicole obținute în mod obișnuit și cele obținute prin mijloace ecologice, organice sau biologice.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

24. Pentru mine nu este nici o diferență între produsele ecologice, organice sau biologice.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

25. Considerați că legumele ecologice sunt mai sănătoase.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

26. Aș cumpăra legume obținute ecologic.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

27. Ați accepta să cumpărați legume ecologice chiar dacă sunt mai scumpe?

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

28. Consider că introducerea pe piață a legumelor ecologice certificate, ar fi de dorit.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

29. Știți cum sunt marcate/etichetate/notate produsele legumicole ecologice

Știu foarte bine acest aspect	Știu bine și am văzut	Știu , dar nu am văzut	Știu ceva, dar nesigur	Nu am cunoștințe

30. Aveți cunoștințe despre logo-ul “ae” de pe produsele ecologice

Știu foarte bine acest aspect	Știu bine și am văzut	Știu , dar nu am văzut	Știu ceva, dar nesigur	Nu am cunoștințe

31. Credeți că produsele legumicole ecologice se găsesc în cantitate suficientă pe piață ?

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

32. Credeți că ar fi necesar ca statul să sprijine producția de legume ecologică

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

33. Nu cumpăr produse ecologice pentru că sunt prea scumpe.

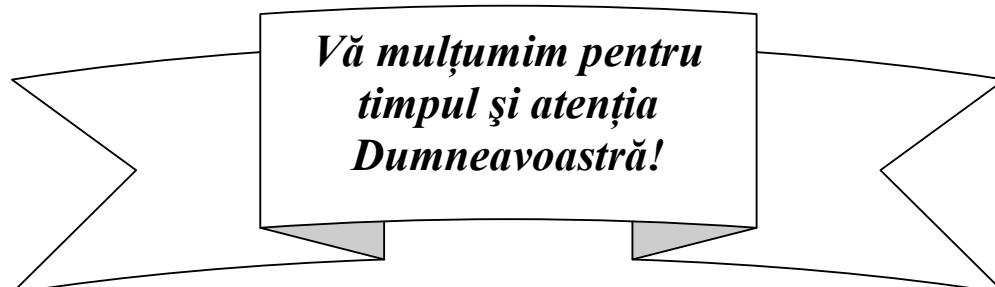
Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

34. Nu cumpăr produse ecologice, pentru că, deși se crede că sunt mai sănătoase, nu au un aspect atrăgător.

Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord

35. Dacă ați fi întrebat, a-ți susține o legislație fermă (puternică, severă) pentru producerea ecologică a legumelor.

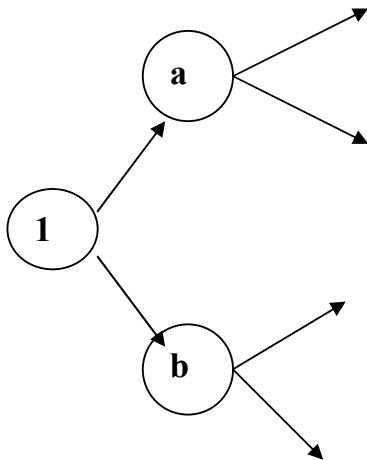
Sunt întru totul de acord	Sunt de acord	Sunt nesigur	Nu sunt de acord	Nu sunt deloc de acord



2.4.2. Scheme ale arborelui decizional

La nivelul chestionarului realizat se pot concepe o multitudine de scheme ale arborelui decizional în funcție de numărul de ramuri (trepte), respectiv întrebări. Ramurile de bază pot începe cu anumite întrebări în funcție de interesul (factorul/factorii) față de care este necesar un răspuns final.

Urmărind, (de exemplu) întrebările 1, 2, 3, 5 și întrebarea finală 11, se poate elabora o schemă de arbore decizional prin care să cunoaștem care este procentul de persoane care preferă consumul legumelor proaspete în funcție de anumite elemente (criterii) ale profilului socio-profesional definit de întrebările 1, 2, 3 și 5, conform schemei.



- la întrebarea 1 sunt două variante de răspuns: **masculin și feminin;**
- la întrebarea 2 sunt, de asemenea, două variante de răspuns: **rural și urban;**
- la întrebarea 3 sunt patru variante de răspuns: **18-25 ani, 26-40 ani, 42-65 ani și peste 65 ani;**
- la întrebarea 5 sunt cinci variante de răspuns: **până la 400, 400-800, 800-1200, 1200-2000, peste 2000;**
- la întrebarea 11 sunt două variante de răspuns: **da și nu**

La nivelul tuturor respondenților, un procent „a” din aceștia va răspunde **DA** iar un alt procent „1-a”, va răspunde **NU**. Dar la nivelul variantelor arborelui decizional **1-2-3-5-11**, cele două valori procentuale se împart într-un număr de variante egal cu produsul variantelor de răspuns pentru cele cinci întrebări ale arborelui decizional, adică $2 \times 2 \times 4 \times 5$, adică totalul respondenților se împart în două grupe bărbați și femei, fiecare grup cuprinde câte două grupe, din mediul rural și din mediul urban; la rândul lor, fiecare din cele patru grupe cuprinde câte patru grupe de vârstă, rezultând 16 grupe, care fiecare în parte va cuprinde câte cinci grupe de venit, rezultând 80 de grupe de respondenți. În final fiecare grupă va răspunde cu **DA** sau cu **NU**, obținându-se în final $80 \times 2 = 160$ de tipuri de răspuns. Arborele decizional va permite de exemplu răspunsul: **bărbați, din mediul rural, cu vârsta de 26-40 ani și un venit 400-600 lei** au

răspuns la întrebarea referitor la *plăcerea de a consuma legume proaspete* un procent de „a” cu **DA** și în procent de „b” cu **NU**. În final $\sum a_1 + \sum b_1 = 100\%$.

După acest model se pot pune în ipoteză o multitudine de variante ale arborelui decizional.

Programul de prelucrare statistică prevăzut a fi folosit, respectiv SPSS11 (Special Program for Social Statistics – variant 11) va permite diferite variante de răspuns, inclusiv cele de felul: din cei care preferă să consume legume proaspete, în ce măsură aceștia răspund „sunt întrutotul de acord” la întrebarea, de exemplu „Prețul legumelor depinde de calitatea lor” ș.a.m.d.

2.4.3. Modul de intervievare

Intervievarea a fost realizată de toți participanții la proiect, conform trainingului stabilit. Fiecare partener (USAMV, SCDL Bacău, ICB Iași și ICES Iași) a realizat, pentru fiecare județ repartizat, în jur de 300 de chestionare.

Toate chestionarele au fost multiplicat în același mod de tehnoredactare. Pentru a respecta acest lucru, toate chestionarele au fost realizate prin multiplicarea aceluiași model.

Intervievarea a fost realizată prin modelul „*face to face*”. În principiu s-a avut în vedere că structura socio-profesională să fie cât mai diversă. De asemenea, intervievarea a fost realizată de regulă după programul obișnuit de lucru al respondenților (de regulă între orele 16.00 – 20.00).

Perioada calendaristică de intervievare s-a încadrat între limitele 20 iulie-20 septembrie.

Abordarea respondenților în vederea intervievării a fost realizată prin „metoda surpriză”, adică fără anunțarea prealabilă a persoanelor intervievate.

Timpul necesar intervievării a fost „nelimitat”, dar a durat în medie 30 de minute.

Metoda de intervievare „față în față” permite asistarea de către operator, în vederea lămuririi unor întrebări, dar fără a face sugestii sau fără a sugera atitudini sau preferințe.

2.4.4. Validarea chestionarelor

Această activitate a fost realizată cu un număr de 50 de studenți de la Facultatea de Horticultură din Iași.

În urma analizei răspunsurilor au fost obținute următoarele rezultate (tabelul 2.1).

Tabelul 2.1.

Rezultate în vederea validării

Nr. respondenți		Nr. întrebări				Caracterizare întrebări						Răspunsuri așteptate		Chestionare incomplete	
Nr	%	Chestionar		Total		Incorecte		Neclare		Neadecvate		Nr	%	Nr	%
		Nr	%	Nr	%	Nr	%	Nr	%	Nr	%				
50	%	45	100	2250	100	7	0,3	12	0,5	23	1	2173	96,6	3	6

Din datele prezentate în tabel rezultă că au fost puse în discuție 2250 de întrebări. Marja de eroare la un asemenea număr este de maxim 2-2,5%. Din datele prezentate rezultă că 0,3% din întrebări sunt incorecte, 0,5% sunt neclare și 1% sunt neadecvate. Aceste procente se încadrează în marja de eroare admisă, ceea ce înseamnă că, în general, întrebările sunt bine formulate, atât din punct de vedere al formei cât și al conținutului.

De asemenea, din cele 2250 de răspunsuri obținute, 2173 sunt răspunsuri așteptate, adică date în limitele posibile, aici au fost încadrate și răspunsurile incomplete sau neacordate de respondenți. Procentul întrebărilor cu răspunsuri așteptate este 96,6%, adică peste 95% din răspunsuri pot fi considerate răspunsuri corecte, pe care se poate conta. Conform normelor din statistică, acest procent este considerat **semnificativ**.

Pe baza celor prezentate se trage concluzia că chestionarele sunt corespunzătoare și pot fi folosite în realizarea studiului propus.

Capitolul 3

RAPORT

privind Activitatea III.2 – Realizarea interviului pe bază de chestionare pentru atitudine, preferințe și arborele de decizie Prelucrarea datelor folosind SPSS 12

3.1. Preliminarii teoretice

Studiile privind atitudinea, așa după ce se reiterează și în studii mai recente (Oppenheim, 1997), se realizează la nivelul unor probe de sondaj relativ mari, astfel că răspunsurile să reprezinte valori medii cât mai apropiate de media absolută (media teoretică, la nivelul întregii populații la care se realizează studiul).

În procesul de realizare a unor asemenea studii, de mare importanță pentru obținerea de rezultate credibile sunt următoarele faze:

- elaborarea chestionarului;
- organizarea interviului (instruirea operatorilor și coordonarea acestora);
- stabilirea probei de sondaj (mărime, structură socio-profesională);
- desfășurarea interviului;
- prelucrarea datelor statistice;
- interpretare și raportare.

Coordonarea întregii activități trebuie în permanență să fie marcată de întrebările:

- ce se cere respondenților?
- ce răspunsuri sunt de așteptat?
- la ce se folosesc răspunsurile obținute?

Numai în felul acesta rezultatele interviului sunt corecte și utile.

Elaborarea chestionarului, prin formă și conținut, asigură obținerea rezultatelor scontate. Conținutul trebuie să răspundă unei tematici precise. În același timp trebuie să se aibă în vedere că răspunsurile sunt influențate în mod obiectiv de gruparea socio-profesională a respondenților. Având în vedere tematica generală, respectiv atitudinea respondenților față de producția legumicolă ecologică, trebuie alese cu grijă criteriile de grupare socio-profesională. În mod aproape tradițional, genul, vârsta și nivelul de educație sunt criterii unanim acceptate de elaboratorii de chestionare. Un alt element important în elaborarea chestionarului este conținutul întrebării în legătură cu răspunsul așteptat. Există de fapt o concluzie recunoscută că „răspunsul depinde de întrebarea pusă”, parafrazând zicala „ceea ce ceri, aceea ți se va da”.

Explicând, acest lucru înseamnă că la orice întrebare formulată de elaboratorul chestionarului, trebuie previzionată mai multe variante de răspuns și

apoi, bineînțeles analizat faptul dacă răspunsurile respective au vreo relevanță în atingerea obiectivelor studiului.

Organizarea interviului a mai fost discutată în capitolul anterior. Important este, totuși de subliniat că operatorii trebuie să fie foarte bine instruiți și trebuie să aibă o anumită înclinație sau chiar vocație pentru asemenea activități.

Prin modul de comportare trebuie să inspire *încredere* și *seriozitate*. Încredere pentru ca respondentul să fie liber de inhibări emoționale și, mai mult, să nu dea răspunsuri conjuncturale, sugerate sau inspirate de mass media sau de factorii de propagandă. Seriozitatea, inspiră respondentului responsabilitate și asigură o notă de obiectivitate, asigură chiar o stare care de fapt sugerează munca de cercetare științifică.

Coordonarea operatorilor trebuie făcută în permanență, chiar în fiecare zi, pentru a menține încrederea operatorilor că realizează o muncă responsabilă și utilă, de a cărei calitate depinde întreaga activitate de chestionare. Uneori este nevoie chiar de încurajarea operatorilor pentru munca lor, iar la nevoie se recomandă a merge în grup de 2-3 operatori în realizarea interviului. De aceeași importanță este și necesitatea atenționării în *friedly way* asupra realizării corecte (serioase și responsabile) a muncii de interviuare.

Stabilirea probei de sondaj este o activitate care asigură, în mare măsură, caracterul științific al întregii activități. Primul element este mărimea, iar aceasta trebuie să se încadreze în limitele probelor de sondaj pentru populații mari, respectiv cel puțin 500-1000 de respondenți. Structura probei face referiri la faptul că respondenții trebuie să facă parte din fracțiuni socio-profesionale 50% bărbați și 50% femei etc.

Desfășurarea interviului este faza de care depinde calitatea răspunsurilor, în sensul caracterelor serios și responsabil.

Despre desfășurarea interviului au fost prezentate unele preliminarii teoretice în capitolul precedent. În același timp, de mare importanță este uniformitatea modului de realizare a interviului. În felul acesta unele erori experimentale de studiu sunt eliminate în urma calculului statistic sau intră în categoria erorilor sistematice, care nu afectează semnificația diferențelor dintre variante.

Prelucrarea datelor statistice este o fază de valorificare a rezultatelor experimentului. Prelucrarea datelor asigură posibilitatea efectuării de comparații, relevarea diferențelor și semnificația acestor diferențe. În același timp se permite emiterea de ipoteze asupra cauzelor și factorilor care influențează rezultatele experimentale.

În principiu, în cazul de față, prelucrarea matematico-statistică, oferă răspunsuri privind frecvența diferitelor variante de răspuns.

Pentru primele întrebări – referitoare la gruparea socio-profesională-frecvența variantelor de răspuns permite relevarea structurii socio-profesionale a respondenților.

Pentru cea de a doua categorie de întrebări – referitoare la atitudine și preferințe - frecvența variantelor de răspuns pune în evidență atitudinea și preferința respondenților în funcție de întrebările formulate.

În prelucrarea datelor, de mare importanță este studiul interacțiunii între răspunsurile la diferite întrebări. De cea mai mare relevanță pentru cunoașterea cauzelor și factorilor de care depind atitudinea și preferința respondenților sunt interacțiunile dintre întrebările ce asigură caracterizarea socio-profesională și întrebările referitoare la atitudini și preferințe.

De asemenea, prin prelucrarea statistico-matematică se pot pune în evidență unele corelații între diferitele răspunsuri la întrebări, ceea ce asigură punerea în evidență a cauzelor comune sau a efectului unui singur factor asupra mai multor răspunsuri de atitudine și preferință.

3.2. Scop și obiective

Scopul realizării interviului este de a pune în evidență atitudinea și preferințele persoanelor chestionate în funcție de gruparea lor socio profesională.

Prin atingerea acestui scop se va cunoaște care sunt atitudinea și preferința respondenților față de producția legumicolă ecologică. Acest fapt va asigura ce șanse are producția legumicolă ecologică din punctul de vedere al populației implicate atât ca producător, cât și în calitate de consumator. Aceste atitudini și preferințe ale factorului uman (social) vor fi corelate cu ceilalți factori ce determină sau influențează promovarea legumiculturii ecologice.

În vederea realizării acestui scop au fost propuse următoarele obiective:

- realizarea profilului socio-profesional al respondenților;
- cunoașterea atitudinii și preferinței respondenților;
- relevarea interacțiunii răspunsurilor persoanelor chestionate cu structura socio-profesională a acestora.

3.3. Material și metodă

Intervievarea a fost realizată prin metoda „față în față” de către operatori bine instruiți și coordonați în permanență de persoane anume desemnate din echipa de specialiști.

Pentru toate interviurile a fost folosit același chestionar, multiplicat într-un număr suficient de exemplare. Chestionarea a fost realizată în perioada 15 iulie-15 septembrie, în funcție de timpul avut la dispoziție de fiecare echipă de lucru. Intervievarea a fost realizată pe diferite județe de cele patru echipe de lucru, corespunzător celor patru parteneri în consorțiul de cercetare, după cum urmează: echipa USAMV Iași – în județul Iași, echipa SCDL Bacău – în județele Bacău și Neamț, ICES Iași – în județele Botoșani și Vaslui și echipa ICB – în județul Suceava.

În principiu, de pe teritoriul fiecărui județ a fost planificată realizarea unui număr de peste 300 de interviuri, astfel că la nivelul întregii regiuni luate în

studiu să se realizeze cel puțin 1800 interviuri și chestionare validate (corecte, complete, ș.a).

Chestionarele validate au fost prelucrate în mod specific în vederea obținerii datelor necesare pentru prelucrarea statistică. De exemplu, pentru răspunsurile date pe scale lisă sau scale Likert, acestea au fost transformate în valori de la 0 la 10.

Prelucrarea statistică a datelor a fost realizată cu ajutorul computerelor personale (CP), folosind un soft special, respectiv „Special Programme for Social Statistics” –SPSS 12, adică un Program Special pentru Statistici Sociale – varianta 12. Acest program permite prelucrarea unui număr, practic, infinit de date, putând fi calculate, frecvența, media aritmetică ($\bar{x}$), abaterea standard (s), diferiți coeficienți de corelație, parametrii ai curbilor de regresie ș.a. și de asemenea, putând face reprezentări grafice diverse, în funcție de parametrii (indicatorii) statistici calculați.

De asemenea, permite realizarea prelucrării statistice prin analiza varianței (ANOVA) ș.a.

În vederea realizării obiectivelor propuse au fost folosite frecvențele pentru caracterizarea socio-profesională a respondenților, pentru cunoașterea atitudinii și preferinței pentru diferite variante de răspuns, ca și pentru realizarea interacțiunilor între variante ale grupării socio-profesionale și variantele de răspuns pentru atitudine și preferințe.

3.4. Rezultate obținute

3.4.1. Referitor la gruparea socio-profesională a respondenților

- **Frecvența variantelor de răspuns** la întrebarea „*Sunteți de sex*” este prezentată în tabelul 3.1. Rezultă că numărul celor intervievați este 2257, din care aproximativ o jumătate sunt bărbați (47,2%) și altă jumătate sunt femei (52,8%). Procentul femeilor este cu puțin superior celui al bărbaților, datorită, credem, și faptului că femeile sunt mai cooperante și mai interesate de a exprima păreri. Acest fapt este întărit de observațiile făcute de operatori. În orice caz rezultatul este corespunzător, așteptat și corect.

- **Locuiți în mediul** (rural sau urban) a fost întrebarea care relevă ca cei intervievați aparțin în proporție de 59,2% populației urbane și 40,8% populației rurale. Considerăm că cele două procente sunt corecte pentru scopul și obiectivele etapei și activității analizate. Justificarea celor două valori este dată de faptul că populația urbană a fost mai cooperantă și mai interesantă, dar și mai dispusă să acorde interviuri. Oricum este important de reținut că acestea sunt corecte, deoarece în zonă populația urbană o excede ușor pe cea rurală. Mai mult, un procent mai ridicat în favoarea celor ce locuiesc în mediul urban va asigura cunoașterea mai bine a opiniei respondenților din rândul consumatorilor, în comparație cu opinia producătorilor (tabelul 3.2).

- **Încadrarea pe grupe de vârstă** arată o structură apropiată de valorile normale ale structurii populației (tabelul 3.3).

Tabelul 3.1.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Sunteți de sex”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	masculin	1066	47,2
2	feminin	1191	52,8
3	total	2257	100

Tabelul 3.2.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Locuiți în mediul”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	rural	922	40,8
2	urban	1335	59,2
3	total	2257	100

Tabelul 3.3.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „În ce grupă de vârstă vă încadrați ?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	18 – 25 ani	341	15,1
2	26 – 40 ani	865	38,3
3	41 - 65 ani	846	37,5
4	peste 65 ani	205	9,1
5	total	2257	100

Este important că grupele de vârstă din centrul intervalului, respectiv 26-40 ani și 41-65 sunt majoritare, reprezentând peste 75%.

- **Numărul de membri ai familiei** respondenților a variat de la 1 la 12 membri, dar cei mai mulți (aproximativ 58%) sunt cei ce fac parte din familii cu puțin membri (1-3). Peste 39% din respondenți aparțin familiilor cu 4-6 membri (tabelul 3.4).

- **Nivelul de pregătire** (tabelul 3.5.) este foarte variat pentru persoane de peste 18 ani. Grupul cel mai numeros este reprezentat de cei cu studii superioare (peste 32,3%). Acest lucru ne va asigura un procent ridicat de răspunsuri corecte (de la oameni educați), dar ar putea exclude sau limita importanța unor persoane cu pondere, dar subreprezentate.

Tabelul 3.4.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Care este numărul de membri ai familiei Dumneavoastră?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	1-3 membri	1306	57,9
2	4-6 membri	890	39,4
3	7-9 membri	52	2,3
4	10-12 membri	6	0,3
5	peste 12 membri	3	0,1
6	total	2257	100

Tabelul 3.5.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	cel mult 8 clase	334	14,8
2	10 clase/ școala profesională	573	25,3
3	liceu/ școala postliceală	622	27,6
4	colegiu/ facultate/ studii postuniversitare	728	32,3
5	total	2257	100

- **Gruparea respondenților în funcție de venit** (tabelul 3.6.) scoate în evidență faptul că majoritatea respondenților (aproape 2/3) se încadrează în grupa veniturilor mici și mijlocii, de fapt așa cum este la nivelul societății. În plus această informație întărește faptul că în Regiunea de Nord-Est marea majoritate a populației au venituri mici.

Este cunoscut faptul că venitul este un factor important în definirea atitudinii și preferinței. Cum produsele ecologice sunt considerate, cum este de altfel real, produse alimentare mai scumpe decât cele obișnuite, înseamnă că este de așteptat ca respondenții să nu fie interesați prea mult de legumele ecologice.

- **Întrebarea referitoare la profesie** (tabelul 3.7.) demonstrează ceea ce reiese din întrebarea precedentă, deoarece agricultorii sunt majoritari față de celelalte categorii, și deci cu salarii recunoscute a fi dintre cele mai mici în spectrul profesiilor din România. Faptul că 24,1% din respondenți sunt agricultori, va asigura răspunsuri de la persoane direct implicate în producția legumicolă.

Tabelul 3.6.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „În ce grupă de venit net (lei) vă încadrați ?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	până la 400	628	27,8
2	400 – 800	832	36,9
3	800 – 1200	389	17,2
4	1200 – 2000	271	12,0
5	peste 2000	137	6,1
6	total	2257	100

Tabelul 3.7.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Puteți da, vă rugăm, detalii cât mai exacte despre profesia pe care o practicați ?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	agricultori	544	24,1
2	funcționari	396	17,5
3	politehniști/industrie	216	9,6
4	învățăământ/profesori/studenti/ personal auxiliar	158	7,0
5	medicină/sănătate/ social	101	4,5
6	alte categorii	842	37,3
7	total	2257	100

- **Statutul marital al respondenților** (tabelul 3.8) arată o situație normală, prin faptul că majoritatea persoanelor (74,5%) sunt căsătorite. Cunoscut fiind faptul că, în general, persoanele căsătorite sunt mult mai responsabile și mai implicate în viața socială și în crearea de opinii, atitudinii și preferințe determinate de statutul de membru de familie cu responsabilități (ca mamă sau tată).

- **Întrebarea „aveți copii”** a general răspunsuri din care rezultă că aproape 60% din cei intervievați au copii (tabelul 3.9). Răspunsurile acestor respondenți sunt deosebit de importante întrucât acest statut al respondenților implică deosebite responsabilități față de copii și sănătatea acestora, care poate fi în mare parte prezervată de folosirea sau consumul de legume ecologice.

- **Numărul de persoane în întreținere** (familie) (tabelul 3.10) are implicații asupra nivelului de trai și poate influența în mod evident răspunsurile privind atitudinea și preferința. Cel mai mare procent de respondenți (86,9%) au

în întreținere până la două persoane. Cei care au 3-4 persoane în întreținere reprezintă doar 11,2%. Se poate aprecia că respondenții nu sunt deosebit de marcați de situația lor familială din acest punct de vedere.

Tabelul 3.8.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Sunteți căsătorit sau în care din următoarele situații vă aflați ?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	căsătorit (ă)	1682	74,5
2	necăsătorit (ă)	384	17,0
3	divorțat (ă)	68	3,0
4	alte situații	123	5,4
5	total	2257	100

Tabelul 3.9.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Aveți copii și alte persoane în întreținere?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	da	1310	58,0
2	nu	947	42,0
3	total	2257	100

Tabelul 3.10.

Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea „Câte persoane aveți în întreținere?”

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	0-2 persoane	1962	86,9
2	3-4 persoane	253	11,2
3	5-6 persoane	34	1,5
4	7-8 persoane	5	0,2
5	9-10 persoane	3	0,1
6	total	2257	100

- **Plăcerea de a consuma legume proaspete** este reflectată de rezultatele din tabelul 3.11. La această întrebare, așa după cum era de așteptat majoritatea respondenților (97,7%) s-au declarat consumatori de legume. De aceea putem să considerăm răspunsurile lor viitoare ca venind de la persoane avizate sau cunoscătoare a ceea ce înseamnă de legume, inclusiv ce înseamnă calitatea legumelor.

- **Întrebarea „cât de mult vă place să consumați legume proaspete?”** Relevă faptul că cei peste o treime din respondenți își exprimă preferința pentru legume proaspete la nivelul notelor 9 și 10 (tabelul 3.12).

Tabelul 3.11.

**Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea
„In general, vă place să consumați legume proaspete ?”**

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	da	2205	97,7
2	nu	52	2,3
3	total	2257	100

Tabelul 3.12.

**Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea
„Cât de mult vă place să consumați legume proaspete ?”**

Nr. crt.	Nota de apreciere a prefeinței (0-10)	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	0	9	0,4
2	1	21	0,9
3	2	36	1,6
4	3	77	3,4
5	4	143	6,3
6	5	273	12,1
7	6	234	10,4
8	7	316	14,0
9	8	357	15,8
10	9	433	19,2
11	10	358	15,9
12	total	2257	100

Și această întrebare a generat răspunsuri care demonstrează că respondenții, respectiv populația pe care o reprezintă, sunt persoane cărora le place să consume legume, ceea ce va ajuta la obținerea unor răspunsuri corespunzătoare la celelalte întrebări, întrucât persoanele intervievate au calitatea de persoane avizate pentru consumul de legume.

- **Frecvența consumului de legume proaspete** în timpul săptămânii rezultă din datele tabelului 3.13. Marea majoritate a populației consumă legume proaspete de mai multe ori pe săptămână, din care peste o treime în fiecare zi, o altă treime de 4-5 ori pe săptămână, iar o altă treime de 2-3 ori pe săptămână. Așadar, și prin această întrebare se demonstrează un consum ridicat de legume proaspete de către populația regiunii.

Tabelul 3.13.

***Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea
„Cât de des consumați legume proaspete ?”***

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	O dată sau de mai multe ori pe zi	828	36,6
2	De 4-5 ori pe săptămână	746	33,1
3	De 2-3 ori pe săptămână	572	25,3
4	O dată pe săptămână	81	3,6
5	Mai puțin de o dată pe săptămână	30	1,4
6	total	2257	100

- **Măsura în care se realizează consumul de legume ecologice** este relevat de răspunsurile prezentate în tabelul 3.14. Aceste răspunsuri pun în evidență trei categorii de consumatori, corespunzător celor trei valori plasate ca frecvență deasupra pragului de 10%, un grup cu media notei de 1 (puțin consumator) cu frecvența de 14,2%, un alt grup, cu media notei de 5 (mediu consumator de legume ecologice), cu frecvența de 10,0% și un al treilea grup cu media 9 (foarte mult consumator de legume ecologice), cu frecvența de 15,7%.

Tabelul 3.14.

*Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea
„Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură?”*

Nr. crt.	Nota de apreciere a atitudinii (0-10)	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	0	224	9,9
2	1	321	14,2
3	2	132	5,8
4	3	134	5,9
5	4	128	5,7
6	5	226	10,0
7	6	157	7,0
8	7	175	7,8
9	8	207	9,2
10	9	355	15,7
11	10	198	8,8
12	total	2257	100

- **Calitatea de producător de legume ecologice** rezultă din datele tabelului 3.15. Prin notele de apreciere 0 și 1 (pe o scară de la zero la 10), circa două treimi din respondenți se declară a nu fi producători de legume ecologice. Dacă avem în vedere structura socio-profesională, acest răspuns pare firesc, întrucât acest procent corespunde populației urbane, cu activități profesionale neagricole. Dacă avem în vedere respondenții cu note superioare valorilor 5-6, aceștia reprezintă, cumulativ circa 23 %, respectiv o valoare care corespunde producătorilor agricoli (v. tabelul 3.7). Așadar, cei mai mulți din producători se consideră și producători de legume ecologice, ceea ce înseamnă un lucru deosebit de important : producătorii agricoli practică în mare măsură cultivarea ecologică a legumelor.

- **Caracterul sezonier al consumului de legume proaspete** rezultă din datele tabelului 3.16. Peste trei sferturi din respondenți se declară de acord asupra caracterului sezonier al consumului de legume proaspete. Acest răspuns relevă faptul că legumele proaspete încă se consumă conform tradiției în mod sezonier, cel mai mult datorită nivelului de trai mediu spre scăzut al populației, dar și unor tradiții, inclusiv culinare (de exemplu, iarna este considerată ca fiind sezonul murăturilor).

Tabelul 3.15.

**Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea
„Vă declarați producător de legume ecologice, și în ce măsură?”**

Nr. crt.	Nota de apreciere a atitudinii (0-10)	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	0	782	34,6
2	1	700	31,0
3	2	131	5,8
4	3	82	3,6
5	4	49	2,2
6	5	82	3,6
7	6	65	2,9
8	7	64	2,8
9	8	85	3,8
10	9	139	6,2
11	10	78	3,5
12	total	2257	100

Tabelul 3.16.

**Frecvența variantelor de răspuns la întrebarea
„Depinde de sezon consumul de legume proaspete?”**

Nr. crt.	Varianta de răspuns	Frecvența	
		număr	procent (%)
1	da	1726	76,4
2	nu	531	23,6
3	total	2257	100

3.4.2. Referitor la atitudinile și preferințele respondenților

La o serie de 33 întrebări relevante pentru atitudinile și preferințele consumatorilor, au fost analizate răspunsurile pentru cinci nivele de răspuns de la “sunt întrutotul de acord” până la “nu sunt deloc de acord” (tabelul 3.17).

Tabelul 3.17

Frecvența răspunsurilor ce relevă atitudinile și preferințele

Nr. crt.	Întrebarea privind atitudinea și preferința	Răspunsul privind atitudinea și preferința				
		Sunt întru totul de acord (%)	Sunt de acord (%)	Sunt nesigur (%)	Nu sunt de acord (%)	Nu sunt deloc de acord(%)
1	Legumele proaspete sunt produse alimentare ușor de procurat	17,5	58,5	11,5	10,8	1,7
2	În familia mea cumpăr legume, deoarece sunt produse alimentare preferate	20,6	62,9	9,6	5,8	1,1
3	Eu consider că legumele proaspete sunt sănătoase pentru familia mea	43,8	52,1	3,5	0,6	0,1
4	În general, sunt satisfăcut de sortimentul de legume existent pe piață	10,5	52,6	20,8	15,1	1,0
5	În momentul în care cumpăr legume, mă interesează locul unde au fost produse (seră, solarii, câmp).	16,0	53,1	18,6	10,9	1,6
6	Prefer legumele obținute în câmp celor din seră	29,7	49,9	12,9	6,7	0,7
7	Când cumpăr legume mă interesează cine este producătorul acestora	16,1	45,9	21,6	14,3	2,1
8	Legumele românești sunt cele mai bune	37,0	49,3	9,6	3,7	0,4
9	Legumele din import nu au gustul la fel de bun ca a celor românești	33,6	41,6	14,5	9,2	1,2
10	Legumele din import completează piața în extrasezon	18,7	56,2	17,6	6,9	0,6
11	Legumele de la producătorii particulari sunt superioare celor din fermele specializate.	12,3	29,2	31,0	24,9	2,5
12	Cumpăr legume numai	6,5	27,2	30,0	34,3	2,0

	de la producătorii particulari					
13	Nu cumpăr legume din import pentru că nu-mi plac	8,3	27,9	32,3	30,0	1,5
14	Aș aprecia o ambalare și o prezentare superioară a sortimentului de legume	22,3	59,7	12,5	5,1	0,4
15	Prețul legumelor depinde de calitatea lor	24,2	53,0	12,3	9,8	0,6
16	Apreciez aspectul uniform al legumelor în momentul în care le cumpăr	18,6	58,1	12,3	10,2	0,8
17	Cumpăr preferențial anumite tipuri, varietăți sau soiuri de legume	9,7	54,8	22,1	12,5	0,9
18	Fermierii ar trebui să țină seama de continua schimbare în cerințele și gusturile consumatorilor.	28,6	61,2	7,6	2,3	0,2
19	Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume.	35,8	48,2	13,1	2,3	0,6
20	Cred că nivelul de pesticide (produse chimice) al legumelor din import e mai mare.	32,3	37,0	26,2	4,1	0,4
21	Nu o să consum niciodată legume obținute prin inginerie genetică	20,2	27,2	42,5	8,5	1,6
22	Nu știu care este diferența dintre produsele legumicole obținute folosind produse chimice (îngrășăminte, substanțe de combatere a bolilor și dăunătorilor) și cele obținute fără a folosi aceste substanțe.	5,4	20,0	37,5	27,8	9,3
23	Nu cunosc care este diferența dintre produsele legumicole obținute în mod obișnuit și cele obținute	5,2	21,5	37,5	27,3	8,4

	prin mijloace ecologice, organice sau biologice					
24	Pentru mine nu este nici o diferență între produsele ecologice, organice sau biologice.	5,1	18,7	32,6	34,2	9,3
25	Considerați că legumele ecologice sunt mai sănătoase	34,2	53,8	9,5	2,2	0,3
26	Aș cumpăra legume obținute ecologic	31,4	55,5	10,5	2,4	0,3
27	Ați accepta să cumpărați legume ecologice chiar dacă sunt mai scumpe?	19,0	50,1	22,6	6,8	1,6
28	Consider că introducerea pe piață a legumelor ecologice certificate, ar fi de dorit	29,4	56,8	11,7	1,8	0,2
29	Credeți că produsele legumicole ecologice se găsesc în cantitate suficientă pe piață ?	1,4	9,2	39,5	34,6	15,3
30	Credeți că ar fi necesar ca statul să sprijine producția de legume ecologică	37,2	50,7	9,6	1,9	0,5
31	Nu cumpăr produse ecologice pentru că sunt prea scumpe	4,2	19,7	29,7	38,7	7,7
32	Nu cumpăr produse ecologice, pentru că, deși se crede că sunt mai sănătoase, nu au un aspect atrăgător.	2,3	11,5	26,1	49,2	10,9
33	Dacă ați fi întrebat, a-ți susține o legislație fermă (puternică, severă) pentru producerea ecologică a legumelor.	50,2	39,7	8,2	1,6	0,3

- *La întrebarea “legumele proaspete sunt produse alimentare ușor de procurat”, 76 % dintre respondenți au declarat că sunt de acord (58, 5 %) sau sunt întrutotul de acord (17,5 %), demonstrând că piața asigură legume proaspete și că populația cunoaște și este interesată de aceste alimente ; s-a dovedit că interlocutorii sunt în mare măsură persoane avizate și cu opinii publice formate despre această problemă.*

- **Întrebarea “în familia mea cumpăr legume, deoarece sunt produse alimentare preferate”** 83,5 % dintre cei chestionați răspund afirmativ, răspunzând “sunt de acord” (62,9 %) și ”sunt întru totul de acord” (20,6 %); se relevă faptul că peste 24,5 din populație preferă să consume legume, fapt ce arată importanța acestor legume în alimentație.

Față de aserțiunea “**eu consider că legumele proaspete sunt sănătoase pentru familia mea**”, răspund afirmativ un procent de peste 95 % dintre respondenți, demonstrând cu tărie că legumele proaspete sunt importante pentru alimentație datorită faptului ca sunt considerate un produs sănătos (fapt recunoscut și reiterat de cvasitotalitatea literaturii de specialitate).

- Referitor la “**sortimentul de legume existent**” respondenții consideră, în proporție de 63 %, că acesta este corespunzător, iar procentul nehotărâților sau celor nesatisfăcuți de acest sortiment sunt circa 37 % . Considerăm că este îndreptățită atitudinea respondenților și, întradevăr, acest sortiment de legume mai poate fi îmbunătățit.

- **Locul unde sunt produse legumele** (seră, solar, câmp) interesează pe cei mai mulți respondenți (peste 69 %), ceea ce înseamnă că aceștia sunt conștienți de importanța locului și modului de producere a legumelor, relevând “profesionalism” și atitudini (opinii) bine consolidate.

- La propoziția “**prefer legumele obținute în câmp celor de seră**” se răspunde afirmativ în procent de aproape 80 %, completându-se întrebarea precedentă și conturând și mai bine atitudinea și preferința respondenților.

- La propoziția referitoare la **cine este producătorul legumelor** , peste 62 % dintre respondenți răspund afirmativ, dar un procent de peste 20 % sunt cei nesiguri sau cei cărora le este indiferent producătorul.

- **Calitatea legumelor românești** este apreciată pozitiv de peste 86 % dintre respondenți (întrebarea 8), ceea ce ne relevă că lumea este convinsă că legumele produse în România sunt mai bune decât cele din import.

- **Gustul legumelor din import** este considerat a nu fi la fel de bun ca a celor românești de peste 75 % din respondenți, completând răspunsul la întrebarea precedentă. Experiența producției de legume din exterior nu poate confirma această afirmație din partea respondenților, dar se pare că cei care importă legumele sunt mai mult interesați de aspectul comercial (care “vinde marfa”) și un preț de achiziție relativ scăzut (favorabil lor) și mai puțin de calitățile gustative.

- **Rolul legumelor de import pentru completarea sortimentului în extrasezon** este confirmat de majoritatea respondenților (în procent de aproape 75 %), un răspuns, de altfel, așteptat, mai ales că respondenții trebuie considerați parteneri de dialog responsabili, avizați și interesați.

- La afirmația că “**legumele de la producătorii particulari sunt superioare celor din fermele specializate**” au fost obținute răspunsuri interesante. Cei mai mulți răspund “nu sunt sigur” (31 %), aproape 25 % răspund “nu sunt de acord” iar peste 29 % răspund “sunt de acord”. Așadar

nu s-a conturat un răspuns mai ferm, cu da sau nu, iar populația, opinăm pe drept, are o atitudine corespunzătoare; în aceste circumstanțe și fermele specializate sunt considerate producători responsabili care produc legume de calitate (și mai curate), iar producătorii particulari au pierdut din faima producătorilor de mare faimă (legume gustoase, curate, ecologice etc.).

În contextul studiului nostru acest lucru ar trebui să fie considerat un avertisment, mai ales că, întradevăr, mulți producători particulari folosesc pesticide și îngrășăminte de sinteză în cantități neraționale (prea mari).

- Enunțul “ **cumpăr legume numai de producători particulari** ”, de asemenea, relevă același lucru prezentat anterior, întrucât răspunsurile se situează simetric față de răspunsul “ nu sunt sigur ”.

- La propoziția “**nu cumpăr legume de import pentru că nu îmi plac**” se scoate în evidență “căderea” legendei că legumele de import nu sunt bune, în comparație cu cele românești. Respondenții la această întrebare “ se distribuie normal ”, prin răspunsurile lor, în jurul răspunsului de mijloc “ sunt nesigur ”. Acest lucru înseamnă că legumele de import “ au crescut ” în ochii consumatorului român. Un rol deosebit în realizarea acestei atitudini o au „ hipermarketurile ” din marile orașe: Metro, Kaufland, Billa, Plus, Carrefour ș.a.

- “**Prețul legumelor depinde de calitatea lor**” este propoziția care ne relevă faptul că cei care cumpără legume sunt conștienți că, întradevăr, un preț mai ridicat al legumelor este corelat corespunzător cu calitatea acestora (peste 77 %).

- **Aspectul uniform al legumelor** este apreciat de peste 75 % dintre respondenți, completând răspunsurile la întrebarea precedentă. Aspectul uniform este un criteriu al calității care conferă seriozitate și onestitate din partea comerciantului și mărește încrederea cumpărătorului.

- **Preferința pentru anumite tipuri, varietăți sau soiuri de legume** este conturată afirmativ la peste 65 % din respondenți, dar faptul că 1/3 dintre aceștia nu au această preferință, nu înseamnă că ei preferă diversitatea, ci faptul că nu au “educație” sau nu sunt “cultivați” cu asemenea aspecte.

- **Frecvența răspunsurilor specifice** pentru relevarea cunoștințelor minime de marketing legate de etichetare/markare/notare a produselor ecologice, cei mai mulți respondenți (peste 60-70%) nu au cunoștințe corespunzătoare referitor la aceste aspecte (tabelul 3.18).

Tabelul 3.18

Frecvența răspunsurilor pentru relevarea atitudinii de marketing a respondenților

Nr. crt.	Întrebarea privind atitudinea și preferința	Răspunsul privind atitudinea și preferința				
		Știu foarte bine acest aspect (%)	Știu bine și am văzut (%)	Știu , dar nu am văzut (%)	Știu ceva, dar nesigur (%)	Nu am cunoștințe (%)
1	Știți cum sunt marcate/etichetate/ notate produsele legumicole ecologice	4,4	16,3	16,1	27,7	35,4
2	Aveți cunoștințe despre logo-ul “ae” de pe produsele ecologice	3,6	11,3	13,3	20,9	51,0

3.4.3. Referitor la interacțiunea dintre criteriile grupării socio-profesionale și răspunsurile privind atitudinile și preferințele

Interacțiunea **dintre sexul masculin și feminin** al respondenților și câteva **întrebări ce exprimă preferințele**, rezultatele sunt prezentate în tabelele 3.19, 3.20, 3.21, 3.22.

Din tabelul 3.19 rezultă că femeilor le place mai mult să consume legume proaspete decât bărbaților. Astfel, pentru notele de apreciere a acestor preferințe de 8, 9 și 10, femeile sunt în procent de 28,5%, pe când bărbații într-un procent de 22,4%.

Măsura în care bărbații și femeile se pronunță pentru consumul de legume ecologice, note de 8,9 și 10 realizează un procent de 14,6% iar bărbații un procent de 15,0%, deci fără diferențe evidente (tabelul 3.20).

De asemenea, gruparea respondenților în bărbați și femei nu generează interacțiuni specifice cu declarația de producător de legume ecologice (tabelul 3.21), întrucât procentele celor cu note mari sunt mai mult sau mai puțin egale.

Consumul de legume ecologice de către bărbați sau femei nu diferă prea mult, dar femeile se distanțează ușor de bărbați printr-un consum cu frecvență mai mare (tabelul 3.22).

Atitudinile și preferințele bărbaților și femeilor față de producția legumicolă ecologică sunt prezentate în tabelul 3.23. Din datele prezentate rezultă în mod evident că femeile au atitudine mai fermă pentru producția legumicolă ecologică și se exprimă în mod evident mai mult în favoarea acesteia.

Tabelul 3.19.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Sunteți de sex x Cât de mult vă place să consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de mult vă place să consumați legume proaspete ? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Sunteți de sex	M	7	0,3	14	0,6	18	0,8	36	1,5	74	3,2	149	6,6	110	4,9	154	6,8	164	7,3	193	8,6	147	6,5
	F	2	0,1	7	0,3	18	0,8	41	1,8	69	3,1	124	5,5	124	5,5	162	7,2	193	8,6	240	10,6	211	9,3
Total		9	0,4	21	0,9	36	1,6	77	3,4	143	6,3	273	12,1	234	10,4	316	14,0	357	15,8	433	19,2	358	15,9

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.20

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Sunteți de sex x Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură?

Întrebarea		Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Sunteți de sex	M	108	4,8	161	7,1	68	3,0	70	3,1	67	2,9	99	4,4	71	3,5	83	3,7	94	4,2	159	7,0	86	3,8
	F	116	5,1	160	7,1	64	2,8	64	2,8	61	2,7	127	5,6	86	3,8	92	4,1	113	5,0	196	8,7	112	4,9
Total		224	9,9	321	14,2	132	5,8	134	5,9	128	5,7	226	10,0	157	6,9	175	7,8	207	9,2	355	15,7	198	8,8

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.21.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Sunteți de sex x Vă declarați producător de legume ecologice, și în ce măsură?

Întrebarea		Vă declarați producător de legume ecologice, și în ce măsură? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Sunteți de sex	M	373	16,5	312	13,8	55	2,4	39	1,7	21	0,9	40	1,8	36	1,6	37	1,6	44	1,9	72	3,2	37	1,6
	F	409	18,1	388	17,2	76	3,4	43	1,9	28	1,2	42	1,9	29	1,3	27	1,2	41	1,8	67	2,9	41	1,8
Total		782	34,6	700	31,0	131	5,8	82	3,6	49	2,2	82	3,6	65	2,9	64	2,8	85	3,8	139	6,2	78	3,5

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.22.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Sunteți de sex x Cât de des consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de des consumați legume proaspete ?									
		O dată sau de mai multe ori pe zi		De 4-5 ori pe săptămână		De 2-3 ori pe săptămână		O dată pe săptămână		Mai puțin de o dată pe săptămână	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Sunteți de sex	M	358	15,9	375	16,6	268	11,9	45	1,9	20	0,9
	F	470	20,8	371	16,4	304	13,5	36	1,6	10	0,4
Total		828	36,7	746	33,1	572	25,3	81	3,6	30	1,3

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.23.

Frecventa raspunsurilor de atitudine si preferinta functie de sexul respondentilor

Întrebarea		Sunteți de sex				Total
		Masculin		Feminin		
		Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	
În familia mea cumpăr legume, deoarece sunt produse alimentare preferate	Sunt întru totul de acord	208	9,2	257	11,4	465
	Sunt de acord	669	29,6	751	33,3	1420
	Sunt nesigur	101	4,5	116	5,1	217
	Nu sunt de acord	77	3,4	53	2,3	130
	Nu sunt deloc de acord	11	0,5	14	0,6	25
Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume	Sunt întru totul de acord	378	16,7	429	19,0	807
	Sunt de acord	512	22,7	577	25,6	1089
	Sunt nesigur	148	6,6	148	6,6	296
	Nu sunt de acord	23	1,0	28	1,2	51

	Nu sunt deloc de acord	4	0,2	9	0,4	13
Pentru mine nu este nici o diferență între produsele ecologice, organice sau biologice.	Sunt întru totul de acord	43	1,9	71	3,1	114
	Sunt de acord	204	9,0	219	9,7	423
	Sunt nesigur	343	15,2	393	17,4	736
	Nu sunt de acord	365	16,2	408	18,1	773
	Nu sunt deloc de acord	111	4,9	100	4,4	211

Prin interacțiunea dintre apartenența la mediul rural sau urban al respondenților și atitudinile și preferințele lor au reieșit rezultate revelatoare (tabelele 3.24, 3.25, 3.26, 3.27, 3.28).

Din tabelul 3.24 rezultă în mod semnificativ (și surprinzător), că populația urbană consumă mai des legume proaspete decât populația rurală. Se explică acest lucru prin aceea că populația din mediul rural consumă de regulă produse din gospodăria proprie, care de cele mai multe ori asigură o cantitate și un spectru mai reduse de legume proaspete. Veniturile locuitorilor rurali sunt, de asemenea, prea mici pentru a putea cumpăra legume proaspete sau mai mult, în mediul rural, de regulă, nu se găsesc decât foarte rar magazine sau piețe cu legume.

În tabelul 3.25 este prezentată declarația “de consumator de legume ecologice” a locuitorilor din mediul rural și din mediul urban. În mod surprinzător dar explicabil, populația urbană este cea care domină răspunsurile cu o frecvență mai mare pentru pentru note de apreciere din intervalul 8-10.

În declarația de producător de legume ecologice, așa cum era de așteptat, cei mai mulți sunt locuitorii din mediul rural (tabelul 3.26). Dar și locuitorii din mediul urban se declară pozitiv într-un procent surprinzător de mare. Acest fapt se poate explica prin faptul că o mare parte a populației urbane locuiește, începând cu ultimii 10-15 ani, „la casă cu grădină” sau au grădini în mediul rural, fapt confirmat de procesul de „reîntoarcere la țară” a populației orășenești.

Interacțiunea apartenenței la mediul rural sau urban cu răspunsurile privind atitudinea și preferința față de producția ecologică este prezentată în tabelul 3.27. Rezultă în mod clar, evident și semnificativ că populația urbană se declară mult mai pozitiv în favoarea producției ecologice de legume, în comparație cu populația din mediul rural. În mod semnificativ, acest lucru se explică în mai multe moduri: orășenii sunt în cea mai mare parte consumatori „de profesie”, sunt mai pretențioși, au o educație a calității produselor pe care le consumă, sunt mai bine informați, au mai multe opțiuni și, deci, pot alege etc. Acest fapt îndreptățește la concluzia recunoscută că, în final, consumatorul și civilizația, vor impune progresul față de calitate.

Tabelul 3.28 prezintă interacțiunea între apartenența respondenților la mediul rural sau urban și cunoașterea modului de marcare, etichetare a produselor ecologice. Și în acest caz respondenții din mediul urban demonstrează o mai bună „educație de consumator” față de cei din mediul rural, ceea ce este în mare parte normal și justificat.

Interacțiunea dintre apartenența la diferite grupe de vârstă și expresia atitudinii și preferinței respondenților este prezentată în tabelele 3.29, 3.30, 3.31, 3.32.

Tabelul 3.24.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Locuiți în mediul x Cât de des consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de des consumați legume proaspete ?									
		O dată sau de mai multe ori pe zi		De 4-5 ori pe săptămână		De 2-3 ori pe săptămână		O dată pe săptămână		Mai puțin de o dată pe săptămână	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Locuiți în mediul	rural	342	15,1	294	13,0	238	10,5	38	1,7	9	0,4
	urban	486	21,5	452	20,0	334	14,8	43	1,9	21	0,9
Total		828	36,7	746	33,1	572	25,3	81	3,6	30	1,3

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.25.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Locuiți în mediul x Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură?

Întrebarea		Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Locuiți în mediul	R	74	3,3	160	7,1	63	2,8	70	3,1	54	2,4	78	3,5	62	2,7	69	3,1	83	3,7	143	6,3	65	2,9
	U	150	6,6	161	7,1	69	3,1	64	2,8	74	3,3	148	6,6	95	4,2	106	4,7	124	5,5	212	9,4	133	5,9
Total		224	9,9	321	14,2	132	5,8	134	5,9	128	5,7	226	10,0	157	6,9	175	7,8	207	9,2	355	15,7	198	8,8

V.a.- valoare absolută (număr), R - rural

V.r. – valoare relativă (%), U – urban

Tabelul 3.26.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Locuți în mediul x Vă declarați producător de legume ecologice, și în ce măsură?

Întrebarea		Vă declarați producător de legume ecologice, și în ce măsură? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Locuți în mediul	R	185	8,2	301	13,3	66	2,9	49	2,2	32	1,4	45	1,9	35	1,6	39	1,7	57	2,5	73	3,2	39	1,7
	U	597	26,5	399	17,7	65	2,9	33	1,5	17	0,8	37	1,6	30	1,3	25	1,1	28	1,2	66	2,9	39	1,7
Total		782	34,6	700	31,0	131	5,8	82	3,6	49	2,2	82	3,6	65	2,9	64	2,8	85	3,8	139	6,2	78	3,5

V.a.- valoare absolută (număr), R - rural

V.r. – valoare relativă (%), U – urban

Tabelul 3.27..

Frecventa raspunsurilor de atitudine si preferinta functie de mediul in care locuiesc respondentii

Întrebarea		Locuiți în mediul				Total
		rural		urban		
		Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	
Eu consider că legumele proaspete sunt sănătoase pentru familia mea.	Sunt întru totul de acord	330	14,6	659	29,2	989
	Sunt de acord	546	24,2	629	27,9	1175
	Sunt nesigur	39	1,7	39	1,7	78
	Nu sunt de acord	5	0,2	8	0,4	13
	Nu sunt deloc de acord	1	0	1	0	2
Legumele românești sunt cele mai bune	Sunt întru totul de acord	325	14,4	511	22,6	836
	Sunt de acord	465	20,6	647	28,7	1112
	Sunt nesigur	84	3,7	133	5,9	217
	Nu sunt de acord	43	1,9	41	1,8	84
	Nu sunt deloc de acord	4	0,2	4	0,2	8

Aș aprecia o ambalare și o prezentare superioară a sortimentului de legume.	Sunt întru totul de acord	187	8,3	316	14,0	503
	Sunt de acord	554	24,5	793	35,1	1347
	Sunt nesigur	128	5,7	155	6,9	283
	Nu sunt de acord	49	2,2	67	2,9	116
	Nu sunt deloc de acord	3	0,1	5	0,2	8
Apreciez aspectul uniform al legumelor în momentul în care le cumpăr.	Sunt întru totul de acord	161	7,1	259	11,5	420
	Sunt de acord	532	23,6	780	34,6	1312
	Sunt nesigur	133	5,9	145	6,4	278
	Nu sunt de acord	88	3,9	142	6,3	230
	Nu sunt deloc de acord	7	0,3	10	0,4	17
Fermierii ar trebui să țină seama de continua schimbare în cerințele și gusturile consumatorilor.	Sunt întru totul de acord	221	9,8	424	18,8	645
	Sunt de acord	585	25,9	797	35,3	1382
	Sunt nesigur	91	4,0	81	3,6	172
	Nu sunt de acord	21	0,9	31	1,4	52

	Nu sunt deloc de acord	2	0,1	3	0,1	5
Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume	Sunt întru totul de acord	247	10,9	560	24,8	807
	Sunt de acord	482	21,4	607	26,9	1089
	Sunt nesigur	160	7,1	136	6,0	296
	Nu sunt de acord	25	1,1	26	1,2	51
	Nu sunt deloc de acord	6	0,3	7	0,3	13
Nu știu care este diferența dintre produsele legumicole obținute folosind produse chimice (îngrășăminte, substanțe de combatere a bolilor și dăunătorilor) și cele obținute fără a folosi aceste substanțe.	Sunt întru totul de acord	45	1,9	78	3,5	123
	Sunt de acord	185	8,2	266	11,8	451
	Sunt nesigur	405	17,9	441	19,5	846
	Nu sunt de acord	242	10,7	385	17,1	627
	Nu sunt deloc de acord	44	1,9	166	7,4	210
Pentru mine nu este nici o diferență între produsele ecologice, organice sau biologice.	Sunt întru totul de acord	39	1,7	75	3,3	114
	Sunt de acord	188	8,3	235	10,4	423
	Sunt nesigur	338	14,9	398	17,9	736

	Nu sunt de acord	293	12,9	480	21,3	773
	Nu sunt deloc de acord	63	2,8	148	6,6	211
Aș cumpăra legume obținute ecologic.	Sunt întru totul de acord	254	11,3	454	20,1	708
	Sunt de acord	501	22,2	751	33,3	1252
	Sunt nesigur	137	6,1	100	4,4	237
	Nu sunt de acord	26	1,2	28	1,2	54
	Nu sunt deloc de acord	3	0,1	3	0,1	6
Ați accepta să cumpărați legume ecologice chiar dacă sunt mai scumpe?	Sunt întru totul de acord	132	5,8	296	13,1	428
	Sunt de acord	453	20,1	677	30,0	1130
	Sunt nesigur	227	10,1	283	12,5	510
	Nu sunt de acord	88	3,9	65	2,9	153
	Nu sunt deloc de acord	21	0,9	15	0,7	36
Credeți că ar fi necesar ca statul să sprijine producția de legume ecologică	Sunt întru totul de acord	330	14,6	510	22,6	840
	Sunt de acord	456	20,2	689	30,5	1145

	Sunt nesigur	104	4,6	113	5,0	217
	Nu sunt de acord	24	1,1	20	0,9	44
	Nu sunt deloc de acord	7	0,3	4	0,2	11
Nu cumpăr produse ecologice, pentru că, deși se crede că sunt mai sănătoase, nu au un aspect atrăgător.	Sunt întru totul de acord	26	1,2	26	1,2	52
	Sunt de acord	114	5,1	146	6,5	260
	Sunt nesigur	299	13,2	289	12,9	588
	Nu sunt de acord	412	18,3	698	30,9	1110
	Nu sunt deloc de acord	70	3,1	177	7,8	247
Dacă ați fi întrebat, a-ți susține o legislație fermă (puternică, severă) pentru producerea ecologică a legumelor.	Sunt întru totul de acord	435	19,3	697	30,9	1132
	Sunt de acord	369	16,3	527	23,3	896
	Sunt nesigur	91	4,0	93	4,1	184
	Nu sunt de acord	24	1,1	13	0,6	37
	Nu sunt deloc de acord	2	0,1	6	0,3	8

Tabelul 3.28

Frecvența răspunsurilor de atitudine funcție de mediul în care traiesc respondenții

Întrebarea		Locuiți în mediul				Total
		rural		urban		
		Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	
Știți cum sunt marcate/etichetate/notate produsele legumicole ecologice	Știu foarte bine acest aspect	25	1,1	75	3,3	100
	Știu bine și am văzut	140	6,2	228	10,1	368
	Știu , dar nu am văzut	162	7,2	202	8,9	364
	Știu ceva, dar nesigur	243	10,8	383	16,9	626
	Nu am cunoștințe	351	15,6	448	19,8	799
Aveți cunoștințe despre logo-ul “ <i>ae</i> ” de pe produsele ecologice	Știu foarte bine acest aspect	25	1,1	56	2,5	81
	Știu bine și am văzut	107	4,7	147	6,5	254
	Știu , dar nu am văzut	123	5,0	177	7,8	300
	Știu ceva, dar nesigur	200	8,9	271	12,0	471
	Nu am cunoștințe	466	20,6	685	30,4	1151

Tabelul 3.29

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: În ce grupă de vârstă vă încadrați ? x Cât de mult vă place să consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de mult vă place să consumați legume proaspete ? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.
În ce grupă de vârstă vă încadrați ?	18 – 25 ani	1	0	4	0,2	9	0,4	20	0,9	25	1,1	44	1,9	24	1,1	44	1,9	47	2,1	59	2,6	60	2,7
	26 – 40 ani	4	0,2	5	0,2	12	0,5	27	1,2	60	2,7	95	4,2	99	4,4	121	5,4	138	6,1	155	6,9	149	6,6
	41 – 65 ani	3	0,1	8	0,4	11	0,5	23	1,0	45	1,9	102	4,5	89	3,9	114	5,1	141	6,2	183	8,1	127	5,6
	peste 65 ani	1	0	4	0,2	4	0,2	7	0,3	13	0,6	32	1,4	22	1,0	37	1,6	31	1,4	36	1,6	22	1,0
Total		9	0,4	21	0,9	36	1,6	77	3,4	143	6,3	273	12,1	234	10,4	316	14,0	357	15,8	433	19,1	358	15,9

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.30.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: În ce grupă de vârstă vă încadrați ? x Cât de des consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de des consumați legume proaspete ?									
		O dată sau de mai multe ori pe zi		De 4-5 ori pe săptămână		De 2-3 ori pe săptămână		O dată pe săptămână		Mai puțin de o dată pe săptămână	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
În ce grupă de vârstă vă încadrați ?	18 – 25 ani	116	5,1	108	4,8	93	4,1	13	0,6	7	0,3
	26 – 40 ani	322	14,3	274	12,1	228	10,1	30	1,3	11	0,5
	41 – 65 ani	314	13,9	298	13,2	200	8,9	25	1,1	9	0,4
	peste 65 ani	76	3,4	66	2,9	51	2,3	13	0,6	3	0,1
Total		828	36,7	746	33,1	572	25,3	81	3,6	30	1,3

V.a. - valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.31.

Frecvența răspunsurilor de atitudine și preferința funcție de vârstă respondenților

Întrebarea		În ce grupă de vârstă vă încadrați ?								Total
		18 – 25 ani		26 – 40 ani		41 – 65 ani		peste 65 ani		
		Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	
Eu consider că legumele proaspete sunt sănătoase pentru familia mea.	Sunt întru totul de acord	152	6,7	389	17,2	374	16,6	74	3,3	989
	Sunt de acord	167	7,4	441	19,5	451	19,9	116	5,1	1175
	Sunt nesigur	18	0,8	28	1,2	18	0,8	14	0,6	78
	Nu sunt de acord	0	0	6	0,3	2	0,1	5	0,2	13
	Nu sunt deloc de acord	0	0	1	0	1	0	0	0	2
În momentul în care cumpăr legume, mă interesează locul unde au fost produse (seră, solarii, câmp).	Sunt întru totul de acord	43	1,9	136	6,0	160	7,1	21	0,9	360
	Sunt de acord	160	7,1	466	20,6	470	20,8	102	4,5	1198
	Sunt nesigur	75	3,3	144	6,4	141	6,2	59	2,6	419
	Nu sunt de acord	50	2,2	109	4,8	65	2,9	21	0,9	245
	Nu sunt deloc de acord	9	0,4	10	0,4	10	0,4	6	0,3	35
Când cumpăr legume mă interesează cine este	Sunt întru totul de acord	47	2,1	129	5,7	157	6,9	30	1,3	363

producătorul acestora.	Sunt de acord	129	5,7	403	17,9	422	18,7	82	3,6	1036
	Sunt nesigur	85	3,8	188	8,3	155	6,9	60	2,7	488
	Nu sunt de acord	65	2,9	127	5,6	101	4,5	30	1,3	323
	Nu sunt deloc de acord	11	0,5	18	0,8	11	0,5	7	0,3	47
Legumele din import nu au gustul la fel de bun ca a celor românești.	Sunt întru totul de acord	97	2,3	278	12,3	311	13,8	72	3,2	758
	Sunt de acord	146	6,5	372	16,5	335	14,8	86	3,8	939
	Sunt nesigur	57	2,5	127	5,6	105	4,7	38	1,7	327
	Nu sunt de acord	31	1,4	79	3,5	84	3,7	13	0,6	207
	Nu sunt deloc de acord	6	0,3	9	0,4	11	0,5	0	0	26
Cumpăr legume numai de la producătorii particulari.	Sunt întru totul de acord	15	0,7	56	2,5	59	2,6	16	0,7	146
	Sunt de acord	64	2,8	247	10,9	241	10,7	62	2,7	614
	Sunt nesigur	117	5,2	271	12,0	225	9,9	65	2,9	678
	Nu sunt de acord	134	5,9	278	12,3	301	13,3	61	2,7	774
	Nu sunt deloc de acord	7	0,3	13	0,6	20	0,9	5	0,2	45

Aș aprecia o ambalare și o prezentare superioară a sortimentului de legume	Sunt întru totul de acord	89	3,9	187	8,3	201	8,9	26	1,1	503
	Sunt de acord	181	8,0	546	24,2	509	22,6	111	4,9	1347
	Sunt nesigur	46	2,0	98	4,3	90	3,9	49	2,2	283
	Nu sunt de acord	18	0,8	31	1,4	44	1,9	23	1,0	116
	Nu sunt deloc de acord	3	0,1	3	0,1	2	0,1	0	0	8
Apreciez aspectul uniform al legumelor în momentul în care le cumpăr	Sunt întru totul de acord	71	3,1	150	6,6	168	7,4	31	1,4	420
	Sunt de acord	177	7,8	521	23,1	495	21,9	119	5,3	1312
	Sunt nesigur	50	2,2	102	4,5	89	3,9	37	1,6	278
	Nu sunt de acord	35	1,6	81	3,6	92	4,1	22	0,9	230
	Nu sunt deloc de acord	4	0,2	11	0,5	2	0,1	0	0	7
Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume	Sunt întru totul de acord	111	4,9	306	13,6	334	14,8	56	2,5	807
	Sunt de acord	159	7,0	426	18,9	408	18,1	96	4,3	1089
	Sunt nesigur	57	2,5	110	4,9	77	3,4	52	2,3	296
	Nu sunt de acord	8	0,4	19	0,8	19	0,8	5	0,2	51

	Nu sunt deloc de acord	2	0,1	4	0,2	8	0,4	0	0	14
Nu o să consum niciodată legume obținute prin inginerie genetică.	Sunt întru totul de acord	74	3,3	170	7,5	173	7,7	40	1,8	457
	Sunt de acord	86	3,8	221	9,8	258	11,4	48	2,1	613
	Sunt nesigur	143	6,3	382	16,9	328	14,5	106	4,7	959
	Nu sunt de acord	29	1,3	78	3,5	70	3,1	14	0,6	191
	Nu sunt deloc de acord	5	0,2	14	0,6	17	0,8	1	0	37
Nu știu care este diferența dintre produsele legumicole obținute folosind produse chimice (îngrășăminte, substanțe de combatere a bolilor și dăunătorilor) și cele obținute fără a folosi aceste substanțe.	Sunt întru totul de acord	15	0,7	41	1,8	57	2,5	10	0,4	123
	Sunt de acord	77	3,4	183	8,1	156	6,9	35	1,6	451
	Sunt nesigur	119	5,3	341	15,1	288	12,8	98	4,3	846
	Nu sunt de acord	88	3,9	225	9,9	260	11,5	54	2,4	627
	Nu sunt deloc de acord	38	1,7	75	3,3	85	3,8	12	0,5	210
Pentru mine nu este nici o diferență între produsele ecologice, organice sau biologice.	Sunt întru totul de acord	16	0,7	39	1,7	41	1,8	18	0,8	114
	Sunt de acord	65	2,9	144	6,4	172	7,6	42	1,9	423
	Sunt nesigur	117	5,2	310	13,7	225	9,9	84	3,7	736

	Nu sunt de acord	112	4,9	308	13,6	306	13,6	47	2,1	773
	Nu sunt deloc de acord	27	1,2	64	2,8	102	4,5	18	0,8	211
Aș cumpăra legume obținute ecologic.	Sunt întru totul de acord	106	4,7	262	11,6	297	13,1	43	1,9	708
	Sunt de acord	179	7,9	499	22,1	459	20,3	115	5,1	1252
	Sunt nesigur	46	2,0	78	3,5	69	3,1	44	1,9	237
	Nu sunt de acord	6	0,3	25	1,1	17	0,8	6	0,3	54
	Nu sunt deloc de acord	0	0	1	0	4	0,2	1	0	6
Ați accepta să cumpărați legume ecologice chiar dacă sunt mai scumpe?	Sunt întru totul de acord	80	3,5	162	7,2	167	7,4	19	0,8	428
	Sunt de acord	151	6,7	452	20,0	443	19,6	90	3,9	1130
	Sunt nesigur	81	3,6	186	8,2	175	7,8	68	3,0	510
	Nu sunt de acord	20	0,9	5	0,2	51	2,3	27	1,2	153
	Nu sunt deloc de acord	5	0,2	10	0,4	10	0,4	11	0,5	36
Credeți că ar fi necesar ca statul să sprijine producția de legume ecologică	Sunt întru totul de acord	113	5,0	298	13,2	361	15,9	68	3,0	840
	Sunt de acord	167	7,4	456	20,2	412	18,3	110	4,9	1145

	Sunt nesigur	45	1,9	94	4,2	54	2,4	24	1,1	217
	Nu sunt de acord	9	0,4	14	0,6	14	0,6	7	0,3	44
	Nu sunt deloc de acord	3	0,1	3	0,1	5	0,2	0	0	11
Dacă ați fi întrebat, a-ți susține o legislație fermă (puternică, severă) pentru producerea ecologică a legumelor.	Sunt întru totul de acord	156	6,9	412	18,3	463	20,5	101	4,5	1132
	Sunt de acord	135	5,9	360	15,9	322	14,3	79	3,5	896
	Sunt nesigur	39	1,7	78	3,5	48	2,1	19	0,8	184
	Nu sunt de acord	7	0,3	10	0,4	11	0,5	9	0,4	37
	Nu sunt deloc de acord	0	0	5	0,2	2	0,1	1	0	8

Tabelul 3.32.

Frecvența răspunsurilor de atitudine funcție de vârsta respondenților

Întrebarea		În ce grupă de vârstă vă încadrați ?								Total
		18 – 25 ani		26 – 40 ani		41 – 65 ani		peste 65 ani		
		Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	
Știți cum sunt marcate/etichetate/notate produsele legumicole ecologice	Știu foarte bine acest aspect	18	0,8	36	1,6	43	1,9	3	0,1	100
	Știu bine și am văzut	57	2,5	143	6,3	144	6,4	24	1,1	368
	Știu , dar nu am văzut	61	2,7	146	6,5	141	6,2	16	0,7	364
	Știu ceva, dar nesigur	85	3,8	251	11,1	239	10,6	51	2,3	626
	Nu am cunoștințe	116	5,1	289	12,8	279	12,4	115	5,1	799
Aveți cunoștințe despre logo-ul “ <i>ae</i> ” de pe produsele ecologice	Știu foarte bine acest aspect	17	0,8	41	1,8	23	1,0	0	0	81
	Știu bine și am văzut	35	1,6	100	4,4	100	4,4	19	0,8	254
	Știu , dar nu am văzut	57	2,5	119	5,3	112	4,9	12	0,5	300
	Știu ceva, dar nesigur	68	3,0	182	8,1	190	8,4	31	1,4	471
	Nu am cunoștințe	160	7,1	423	18,7	421	18,7	147	6,5	1151

Preferința pentru consumul de legume proaspete în funcție de vârstă este prezentată în tabelul 3.29. Rezultă, din datele înregistrate că, în majoritate, populația cuprinsă în limitele de vârstă 26-65 de ani are cea mai mare preferință pentru consumul de legume proaspete.

Aceeași concluzie rezultă și din interacțiunea vârstei cu frecvența consumului de legume în timpul săptămânii (tabelul 3.30). Se demonstrează în modul acesta că, de regulă populația activă este și cea care consumă mai mult legume proaspete și este interesată în acest consum, dar, în același timp are și mai multe categorii de vârstă.

Seria de întrebări ce relevă atitudini și preferințe în interacțiune cu vârsta respondenților, pune în evidență că persoanele vârstei de mijloc au atitudinile cele mai ferme și pozitive față de producția ecologică (tabelul 3.31). Considerăm că acest rezultat referitor la această interacțiune este normal, deoarece majoritatea persoanelor se încadrează între aceste limite de vârstă și este bine să existe o asemenea situație, întrucât această categorie de populație are și posibilitatea și forța de a determina schimbări pozitive și favorabile față de producția legumicolă ecologică.

Testarea cunoștințelor respondenților pe diferite categorii de vârstă față de modul de etichetare și marcarea a produselor ecologice este prezentată în tabelul 3.32.

Rezultă și în acest caz că respondenții vârstei de mijloc dau cele mai bune răspunsuri, deși aceste răspunsuri demonstrează că, în general, nu se cunoaște suficient cum sunt marcate și etichetate produsele ecologice.

Interacțiunea atitudinii și preferinței respondenților cu numărul de membri ai familiei este prezentată în tabelul 3.33. Rezultă cu claritate faptul că respondenții cu mai puțini membri de familie sunt mai interesați de producția legumicolă ecologică decât cei cu un număr mai mare de membri, dar în general direcția atitudinilor este aceeași sau în același sens. Acest fapt demonstrează o cvasiunanimitate a respondenților pentru producția ecologică a legumelor, indiferent de numărul membrilor de familie.

Interacțiunea expresiei atitudinii și preferinței în funcție de nivelul de instruire este relevantă în tabelele 3.34, 3.35, 3.36, 3.37, 3.38.

Din interacțiunea preferinței pentru legumele proaspete cu nivelul de instruire, în cea mai mare parte, se pune în evidență faptul că nu sunt diferențe prea mari între valorile obținute (tabelul 3.34), toate categoriile de instruire având preferințe în același sens/direcție. Se remarcă totuși, faptul că intensitatea preferinței este mai mare la cei cu un grad de instruire mai ridicat.

Tabelul 3.33.

Frecvența răspunsurilor de atitudine și preferință funcție de numărul de membri ai familiei respondenților

Întrebarea		Care este numărul de membri ai familiei Dumneavoastră?										Total
		1-3 membri		4-6 membri		7-9 membri		10-12 membri		Peste 12 membri		
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	
În momentul în care cumpăr legume, mă interesează locul unde au fost produse (seră, solarii, câmp).	Sunt întru totul de acord	207	9,2	142	6,3	10	0,4	1	0	0	0	360
	Sunt de acord	682	30,2	491	21,8	21	0,9	1	0	3	0,1	1198
	Sunt nesigur	266	11,8	141	6,2	10	0,4	2	0,1	0	0	419
	Nu sunt de acord	132	5,8	103	4,6	9	0,4	1	0	0	0	245
	Nu sunt deloc de acord	19	0,8	13	0,6	2	0,1	1	0	0	0	35
Legumele din import nu au gustul la fel de bun ca a celor românești.	Sunt întru totul de acord	424	18,8	316	14,0	15	0,7	1	0	2	0,1	758
	Sunt de acord	546	24,2	376	16,7	13	0,6	3	0,1	1	0	939
	Sunt nesigur	202	8,9	107	4,7	16	0,7	2	0,1	0	0	327
	Nu sunt de acord	123	5,4	79	3,5	5	0,2	0	0	0	0	207
	Nu sunt deloc de acord	11	0,5	12	0,5	3	0,1	0	0	0	0	26

Cumpăr legume numai de la producătorii particulari.	Sunt întru totul de acord	91	4,0	52	2,3	2	0,1	1	0	0	0	146
	Sunt de acord	369	16,3	234	10,4	10	0,4	1	0	0	0	614
	Sunt nesigur	393	17,4	261	11,6	19	0,8	4	0,2	1	0	678
	Nu sunt de acord	433	19,2	321	14,2	18	0,8	0	0	2	0,1	774
	Nu sunt deloc de acord	20	0,9	22	0,9	3	0,1	0	0	0	0	45
Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume	Sunt întru totul de acord	477	21,1	308	13,6	17	0,8	2	0,1	3	0,1	807
	Sunt de acord	624	27,6	444	19,7	19	0,8	2	0,1	0	0	1089
	Sunt nesigur	168	7,4	113	5,0	13	0,6	2	0,1	0	0	296
	Nu sunt de acord	31	1,4	18	0,8	2	0,1	0	0	0	0	51
	Nu sunt deloc de acord	6	0,3	7	0,3	1	0	0	0	0	0	14
Pentru mine nu este nici o diferență între produsele ecologice, organice sau biologice.	Sunt întru totul de acord	67	2,9	43	1,9	3	0,1	1	0	0	0	114
	Sunt de acord	256	11,3	152	6,7	13	0,6	1	0	1	0	423
	Sunt nesigur	429	19,0	294	13,0	13	0,6	0	0	0	0	736
	Nu sunt de acord	425	18,8	329	14,6	14	0,6	3	0,1	2	0,1	773

	Nu sunt deloc de acord	129	5,7	72	3,2	9	0,4	1	0	0	0	211
Ați accepta să cumpărați legume ecologice chiar dacă sunt mai scumpe?	Sunt întru totul de acord	254	11,3	159	7,0	13	0,6	1	0	1	0	428
	Sunt de acord	666	29,5	446	19,8	15	0,7	1	0	2	0,1	1130
	Sunt nesigur	283	12,5	210	9,3	15	0,7	2	0,1	0	0	510
	Nu sunt de acord	84	3,7	61	2,7	6	0,3	2	0,1	0	0	153
	Nu sunt deloc de acord	19	0,8	14	0,6	3	0,1	0	0	0	0	36

Tabelul 3.34.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ? x Cât de mult vă place să consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de mult vă place să consumați legume proaspete ? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.
Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ?	cel mult 8 clase	4	0,2	5	0,2	3	0,1	14	0,6	26	1,2	51	2,3	43	1,9	60	2,7	49	2,2	51	2,3	27	1,2
	10 clase/ școala profesională	2	0,1	5	0,2	10	0,4	26	1,2	62	2,7	97	4,3	76	3,4	81	3,6	72	3,2	75	3,3	67	2,9
	liceu/ școala postliceală	2	0,1	9	0,4	7	0,3	18	0,8	37	1,6	68	3,0	55	2,4	98	4,3	97	4,3	123	5,4	108	4,8
	colegiu/ facultate/ studii postuniversitare	1	0	2	0,1	16	0,7	19	0,8	18	0,8	57	2,5	60	2,7	77	3,4	139	6,2	184	8,2	156	6,9
Total		9	0,4	21	0,9	36	1,6	77	3,4	143	6,3	273	12,1	234	10,4	316	14,0	357	15,8	433	19,2	358	15,9

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.35

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ? x Cât de des consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de des consumați legume proaspete ?									
		O dată sau de mai multe ori pe zi		De 4-5 ori pe săptămână		De 2-3 ori pe săptămână		O dată pe săptămână		Mai puțin de o dată pe săptămână	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ?	cel mult 8 clase	118	5,2	89	3,9	92	4,1	28	1,2	6	0,3
	10 clase/ școala profesională	159	7,0	200	8,9	185	8,2	23	1,0	6	0,3
	liceu/ școala postliceală	220	9,7	232	10,3	48	2,1	15	0,7	7	0,3
	colegiu/ facultate/ studii postuniversitare	331	14,7	225	9,9	147	6,5	15	0,7	11	0,5
Total		828	36,7	716	31,7	572	25,3	81	3,6	30	1,3

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.36.

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ? x Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură?

Întrebarea		Vă declarați consumator de legume ecologice, și în ce măsură? (Nota de apreciere)																					
		0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
		V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.
Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ?	cel mult 8 clase	38	1,7	81	3,6	20	0,9	21	0,9	25	1,1	20	0,9	17	0,8	22	0,9	24	1,1	37	1,6	28	1,2
	10 clase/școala profesională	75	3,3	122	5,4	44	1,9	31	1,4	28	1,2	46	2,0	32	1,4	35	1,6	45	1,9	77	3,4	38	1,7
	liceu/școala postliceală	63	2,8	61	2,7	34	1,5	38	1,7	29	1,3	80	3,5	52	2,3	51	2,3	49	2,2	111	4,9	54	2,4
	colegiu/facultate/studii postuniversitare	48	2,1	57	2,5	34	1,5	44	1,9	46	2,0	80	3,5	56	2,5	67	2,9	89	3,9	130	5,8	78	3,5
Total		224	9,9	321	14,2	132	5,8	134	5,9	128	5,7	226	10,0	157	6,9	175	7,8	207	9,2	355	15,7	198	8,8

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.37.

Frecvența răspunsurilor de atitudine și preferința a respondenților funcție de nivelul de instruire

Întrebarea		Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ?								Total
		cel mult 8 clase		10 clase/ școala profesională		liceu/ școala postliceală		colegiu/ facultate/ studii postuniversitare		
		Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	
Eu consider că legumele proaspete sunt sănătoase pentru familia mea.	Sunt întru totul de acord	92	4,1	175	7,8	273	12,1	449	19,9	989
	Sunt de acord	214	9,5	368	16,3	328	14,5	265	11,7	1175
	Sunt nesigur	24	1,1	24	1,1	17	0,8	13	0,6	78
	Nu sunt de acord	3	0,1	6	0,3	3	0,1	1	0	13
	Nu sunt deloc de acord	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Legumele din import nu au gustul la fel de bun ca a celor românești.	Sunt întru totul de acord	89	3,97,2	176	7,8	204	9,0	289	12,8	758
	Sunt de acord	162	2,6	249	11,0	245	10,9	283	12,5	939
	Sunt nesigur	58	2,6	82	3,6	99	4,4	88	3,9	327
	Nu sunt de acord	22	0,9	60	2,7	66	2,9	59	2,6	207
	Nu sunt deloc de acord	2	0,1	6	0,3	8	0,4	10	0,4	26

Legumele de la producătorii particulari sunt superioare celor din fermele specializate.	Sunt întru totul de acord	24	1,1	68	3,0	70	3,1	116	5,1	278
	Sunt de acord	110	4,9	166	7,4	179	7,9	204	9,0	659
	Sunt nesigur	87	3,9	156	6,9	197	8,7	260	11,5	700
	Nu sunt de acord	106	4,7	168	7,4	157	6,9	132	5,8	563
	Nu sunt deloc de acord	6	0,3	15	0,7	19	0,8	17	0,8	57
Aș aprecia o ambalare și o prezentare superioară a sortimentului de legume	Sunt întru totul de acord	40	1,8	95	4,2	132	5,8	236	10,5	503
	Sunt de acord	193	8,6	369	16,3	384	17,0	401	17,8	1347
	Sunt nesigur	76	3,4	84	3,7	67	2,9	56	2,5	283
	Nu sunt de acord	24	1,1	23	1,0	37	1,6	32	1,4	116
	Nu sunt deloc de acord	0	0	2	0,1	2	0,1	4	0,2	8
Fermierii ar trebui să țină seama de continua schimbare în cerințele și gusturile consumatorilor.	Sunt întru totul de acord	47	2,1	124	5,5	189	8,4	285	12,6	645
	Sunt de acord	222	9,8	381	16,9	380	16,8	399	17,7	1382
	Sunt nesigur	56	2,5	51	2,3	33	1,5	32	1,4	172
	Nu sunt de acord	6	0,3	16	0,7	18	0,8	12	0,5	52

	Nu sunt deloc de acord	2	0,1	1	0	2	0,1	0	0	5
Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume	Sunt întru totul de acord	62	2,7	143	6,3	224	9,9	378	16,7	807
	Sunt de acord	154	6,8	333	14,8	312	13,8	290	12,8	1089
	Sunt nesigur	108	4,8	78	3,5	62	2,7	48	2,1	296
	Nu sunt de acord	9	0,4	16	0,7	16	0,7	10	0,4	51
	Nu sunt deloc de acord	0	0	3	0,1	8	0,4	3	0,1	14
Nu o să consum niciodată legume obținute prin inginerie genetică.	Sunt întru totul de acord	50	2,2	84	3,7	126	5,6	197	8,7	457
	Sunt de acord	90	3,9	198	8,8	153	6,8	172	7,6	613
	Sunt nesigur	161	7,1	243	10,8	280	12,4	275	12,2	959
	Nu sunt de acord	30	1,3	40	1,8	52	2,3	69	3,1	191
	Nu sunt deloc de acord	2	0,1	8	0,4	11	0,5	16	0,7	37
Nu știu care este diferența dintre produsele legumicole obținute folosind produse chimice (îngrășămintă, substanțe de combatere a bolilor	Sunt întru totul de acord	9	0,4	28	1,2	41	1,8	45	1,9	123
	Sunt de acord	71	3,1	126	5,6	117	5,2	137	6,1	451
	Sunt nesigur	172	7,6	261	11,6	235	10,4	178	7,9	846

și dăunătorilor) și cele obținute fără a folosi aceste substanțe.	Nu sunt de acord	71	3,1	141	6,2	182	8,1	233	10,3	627
	Nu sunt deloc de acord	10	0,4	17	0,8	47	2,1	136	6,0	210
Pentru mine nu este nici o diferență între produsele ecologice, organice sau biologice.	Sunt întru totul de acord	14	0,6	25	1,1	31	1,4	44	1,9	114
	Sunt de acord	76	3,4	109	4,8	127	5,6	111	4,9	423
	Sunt nesigur	155	6,9	233	10,3	194	8,6	154	6,8	736
	Nu sunt de acord	75	3,3	185	8,2	215	9,5	298	13,2	773
	Nu sunt deloc de acord	13	0,6	21	0,9	55	2,3	122	5,4	211
Aș cumpăra legume obținute ecologic.	Sunt întru totul de acord	67	2,9	118	5,2	187	8,3	336	14,9	708
	Sunt de acord	170	7,5	363	16,1	365	16,2	354	15,7	1252
	Sunt nesigur	83	3,7	75	3,3	54	2,4	25	1,1	237
	Nu sunt de acord	12	0,5	16	0,7	16	0,7	10	0,4	54
	Nu sunt deloc de acord	1	0	1	0	0	0	4	0,2	6
Ați accepta să cumpărați legume ecologice chiar dacă sunt mai scumpe?	Sunt întru totul de acord	21	0,9	52	2,3	117	5,2	238	10,5	428
	Sunt de acord	148	6,6	289	12,8	307	13,6	386	17,1	1130

	Sunt nesigur	113	5,0	162	7,2	156	6,9	79	3,5	510
	Nu sunt de acord	42	1,9	55	2,4	35	1,6	21	0,9	153
	Nu sunt deloc de acord	9	0,4	15	0,7	7	0,3	5	0,2	36
Consider că introducerea pe piață a legumelor ecologice certificate, ar fi de dorit.	Sunt întru totul de acord	41	1,8	116	5,1	177	7,8	330	14,6	664
	Sunt de acord	214	9,5	358	15,9	358	15,9	352	15,6	1282
	Sunt nesigur	70	3,1	85	3,8	74	3,3	36	1,6	265
	Nu sunt de acord	7	0,3	12	0,5	13	0,6	9	0,4	41
	Nu sunt deloc de acord	1	0	2	0,1	0	0	2	0,1	5
Credeți că ar fi necesar ca statul să sprijine producția de legume ecologică	Sunt întru totul de acord	94	4,2	175	7,8	237	10,5	334	14,8	840
	Sunt de acord	190	8,4	303	13,4	306	13,6	345	15,3	1145
	Sunt nesigur	39	1,7	77	3,4	62	2,7	39	1,7	217
	Nu sunt de acord	10	0,4	16	0,7	9	0,4	9	0,4	44
	Nu sunt deloc de acord	0	0	2	0,1	8	0,4	1	0	11
Dacă ați fi întrebat, a-ți susține o legislație	Sunt întru totul de acord	156	6,9	275	12,2	292	12,9	409	18,1	1132

fermă (puternică, severă) pentru producerea ecologică a legumelor.	Sunt de acord	131	5,8	230	10,2	260	11,5	275	12,2	896
	Sunt nesigur	35	1,6	56	2,5	52	2,3	41	1,8	184
	Nu sunt de acord	10	0,4	12	0,5	11	0,4	4	0,2	37
	Nu sunt deloc de acord	1	0	0	0	7	0,3	0	0	8

Tabelul 3.38.

Frecvența răspunsurilor de atitudine funcție de nivelul de instruire al respondenților

Întrebarea		Care este nivelul Dumneavoastră de instruire ?								Total
		cel mult 8 clase		10 clase/ școala profesională		liceu/ școala postliceală		colegiu/ facultate/ studii postuniversitare		
		Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	Valoare absolută	Valoare relativă	
Știți cum sunt marcate/etichetate/notate produsele legumicole ecologice	Știu foarte bine acest aspect	4	0,2	12	0,5	21	0,9	63	2,8	100
	Știu bine și am văzut	37	1,6	82	3,6	92	4,1	157	6,9	368
	Știu , dar nu am văzut	29	1,6	92	4,1	104	4,6	139	6,2	364
	Știu ceva, dar nesigur	82	3,6	146	6,5	207	9,2	191	8,5	626
	Nu am cunoștințe	181	8,0	241	10,7	198	8,8	179	7,9	799
Aveți cunoștințe despre logo-ul “ <i>ae</i> ” de pe produsele ecologice	Știu foarte bine acest aspect	1	0	13	0,6	15	0,7	52	2,3	81
	Știu bine și am văzut	30	1,3	56	2,5	63	2,8	105	4,7	254
	Știu , dar nu am văzut	23	1,0	73	3,2	83	3,7	121	5,4	300
	Știu ceva, dar nesigur	49	2,2	122	5,4	150	6,6	150	6,6	471
	Nu am cunoștințe	230	10,2	309	13,7	311	13,8	301	13,3	1151

Frecvența consumului de legume pe săptămână a fost analizată în funcție de gradul de instruire, conform datelor din tabelul 3.35. Rezultă în mod clar că frecvența cea mai mare a consumului o găsim la cei cu un grad de instruire mai ridicat. Se poate considera că aceste rezultate sunt justificate de o mai bună cunoaștere de către aceste categorii a importanței consumului de legume proaspete pentru sănătate, ca și de faptul că această categorie socială are și mai multe posibilități financiare și oportunități de a consuma mai des legume proaspete.

Consumul de legume ecologice a fost analizat funcție de nivelul de instruire în tabelul 3.36. Este evident faptul că persoanele cu un nivel de educație mai ridicat s-au declarat în cea mai mare proporție mari consumatori de legume ecologice, față de cei cu un nivel de instruire mai redus. Aceste rezultate se explică prin posibilitățile financiare mai mari și prin oportunitățile mai frecvente pentru a cumpăra legume ecologice. În același timp, un nivel de instruire mai ridicat asigură acumularea de cunoștințe și o mai bună informare privind legumele ecologice.

Nivelul de instruire este un factor care poate determina expresia atitudinii și preferințelor față de producția legumicolă ecologică (tabelul 3.37). Rezultă în mod evident din datele prezentate în tabel că persoanele cu un grad de instruire mai ridicat sunt întrutotul de acord sau sunt de acord, în cea mai mare proporție cu producția ecologică de legume. În același timp, trebuie luate în considerație și atitudinea și preferințele a celorlalte categorii profesionale, deoarece în cea mai mare parte răspunsurile acestora sunt pe aceeași direcție, adică sunt de acord în mare parte cu producția ecologică de legume.

Testarea cunoștințelor respondenților în funcție de gradul lor de instruire față de modul de etichetare și marcarea, relevă faptul că persoanele cu studii superioare precum și cele cu studii medii sunt cele care cunosc cel mai bine modul de etichetare/marcare. Totuși trebuie remarcat că, în general răspunsurile lor relevă cunoștințe slabe (necorespunzătoare). Acest fapt nu reflectă o lipsă de interes sau un nivel intelectual scăzut ci, mai degrabă, o lipsă a acțiunii de promovare din partea comercianților.

Din datele prezentate în tabelul 3.39 rezultă că indiferent de grupa de venit, cei mai mulți dintre respondenți consumă cu o frecvență ridicată legume proaspete. Acest fapt este deosebit de semnificativ, deoarece se pune în evidență că acest consum nu depinde strict de venitul net și, de asemenea, poate releva că legumele proaspete sunt ușor disponibile pentru populație.

Importanța și interacțiunea dintre expresia atitudinii și preferinței și grupa de venit a respondenților este prezentată în tabelul 3.40. Din tabel rezultă că, indiferent de valoarea procentelor pentru diferite tipuri de produs și diferite grupuri de venit, în general cele mai mari valori sunt crescătoare de la răspunsul „nu sunt de acord”. Este, astfel, evident faptul că indiferent de venit, majoritatea respondenților au o atitudine favorabilă față de producția legumicolă ecologică și preferă legumele românești ecologice.

Tabelul 3.39

Frecvența răspunsurilor în cazul interacțiunii: În ce grupă de venit net (lei) vă încadrați ? x Cât de des consumați legume proaspete ?

Întrebarea		Cât de des consumați legume proaspete ?									
		O dată sau de mai multe ori pe zi		De 4-5 ori pe săptămână		De 2-3 ori pe săptămână		O dată pe săptămână		Mai puțin de o dată pe săptămână	
		V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.	V.a.	V.r.
În ce grupă de venit net (lei) vă încadrați ?	până la 400	212	9,4	194	8,6	176	7,8	36	1,6	10	0,4
	400 – 800	274	12,1	284	12,6	236	10,5	28	1,2	10	0,4
	800 – 1200	158	7,0	134	5,9	86	3,8	10	0,4	1	0
	1200 – 2000	130	5,8	84	3,7	45	1,9	4	0,2	8	0,4
	peste 2000	54	2,4	50	2,2	29	1,3	3	0,1	1	0
Total		827	36,6	746	33,1	572	25,3	81	3,6	30	1,3

V.a.- valoare absolută (număr)

V.r. – valoare relativă (%)

Tabelul 3.40.

Frecventa raspunsurilor de atitudine si preferinta functie de venitul respondentilor

Întrebarea		În ce grupă de venit net (lei) vă încadrați ?										Total
		până la 400		400 – 800		800 – 1200		1200 – 2000		Peste 2000		
		V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	V.a	V.r.	
Legumele proaspete sunt produse alimentare ușor de procurat.	Sunt întru totul de acord	85	3,8	146	6,5	70	3,1	57	2,5	37	1,6	395
	Sunt de acord	372	16,5	476	21,1	241	10,7	156	6,9	76	3,4	1321
	Sunt nesigur	93	4,1	85	3,8	39	1,7	28	1,2	15	0,7	260
	Nu sunt de acord	73	3,2	98	4,3	38	1,7	26	1,2	8	0,4	243
	Nu sunt deloc de acord	5	0,2	27	1,2	1	0	4	0,2	1	0	38
Legumele din import completează piața în extrasezon	Sunt întru totul de acord	90	3,9	139	6,2	84	3,7	69	3,1	39	1,7	421
	Sunt de acord	352	15,6	470	20,8	221	9,8	146	6,5	79	3,5	1268
	Sunt nesigur	152	6,7	148	6,6	55	2,4	30	1,3	13	0,6	398
	Nu sunt de acord	33	1,5	67	2,9	27	1,2	24	1,1	5	0,2	156
	Nu sunt deloc de acord	1	0	8	0,4	2	0,1	2	0,1	1	0	14
Aș aprecia o ambalare și o prezentare	Sunt întru totul de acord	106	4,7	172	7,6	94	4,2	82	3,6	49	2,2	503

superioară a sortimentului de legume	Sunt de acord	363	16,1	503	22,3	257	11,2	150	6,6	74	3,3	1347
	Sunt nesigur	121	5,4	105	4,7	23	1,0	23	1,0	11	0,5	283
	Nu sunt de acord	37	1,6	49	2,2	13	0,6	15	0,7	2	0,1	116
	Nu sunt deloc de acord	1	0	3	0,1	2	0,1	1	0	1	0	8
Prețul legumelor depinde de calitatea lor.	Sunt întru totul de acord	146	6,5	182	8,1	95	4,2	80	3,5	44	1,9	547
	Sunt de acord	324	14,4	460	20,4	215	9,5	132	5,8	66	2,9	1197
	Sunt nesigur	99	4,4	87	3,9	40	1,8	35	1,6	17	0,8	278
	Nu sunt de acord	55	2,4	98	4,3	37	1,6	22	0,9	9	0,4	221
	Nu sunt deloc de acord	4	0,2	5	0,2	2	0,1	2	0,1	1	0	14
Mă îngrijorează nivelul de pesticide (produse chimice) din legume	Sunt întru totul de acord	161	7,1	277	12,3	156	6,9	142	6,3	71	3,1	807
	Sunt de acord	299	13,2	432	19,1	196	8,7	109	4,8	53	2,3	1089
	Sunt nesigur	151	6,7	94	4,2	25	1,1	16	0,7	10	0,4	296
	Nu sunt de acord	14	0,6	22	0,9	9	0,4	3	0,1	3	0,1	51
	Nu sunt deloc de acord	3	0,1	7	0,3	3	0,1	1	0	0	0	14

Cred că nivelul de pesticide (produse chimice) al legumelor din import e mai mare.	Sunt întru totul de acord	167	7,4	265	11,7	137	6,1	105	4,7	56	2,5	730
	Sunt de acord	227	10,1	313	13,9	152	6,7	93	4,1	49	2,2	834
	Sunt nesigur	210	9,3	211	9,3	80	3,5	63	2,8	28	1,2	592
	Nu sunt de acord	21	0,9	40	1,8	17	0,8	10	0,4	4	0,2	92
	Nu sunt deloc de acord	3	0,1	3	0,1	3	0,1	0	0	0	0	9
Nu cunosc care este diferența dintre produsele legumicole obținute în mod obișnuit și cele obținute prin mijloace ecologice, organice sau biologice.	Sunt întru totul de acord	34	1,5	45	1,9	19	0,8	17	0,8	3	0,1	118
	Sunt de acord	134	5,9	200	8,9	79	3,5	43	1,9	30	1,3	486
	Sunt nesigur	318	14,1	309	13,7	106	4,7	77	3,4	37	1,6	847
	Nu sunt de acord	116	5,1	231	10,2	141	6,2	88	3,9	40	1,8	616
	Nu sunt deloc de acord	26	1,2	47	2,1	44	1,9	46	2,0	27	1,2	190
Aș cumpăra legume obținute ecologic.	Sunt întru totul de acord	150	6,6	231	10,2	144	6,4	124	5,5	59	2,6	708
	Sunt de acord	342	15,2	487	21,6	218	9,7	135	5,9	70	3,1	1252
	Sunt nesigur	116	5,1	85	3,8	20	0,9	9	0,4	7	0,3	237
	Nu sunt de acord	18	0,8	25	1,1	7	0,3	3	0,1	1	0	54

	Nu sunt deloc de acord	2	0,1	4	0,2	0	0	0	0	0	0	6
Ați accepta să cumpărați legume ecologice chiar dacă sunt mai scumpe?	Sunt întru totul de acord	73	3,2	116	5,1	106	4,7	84	3,7	49	2,2	428
	Sunt de acord	283	12,5	419	18,6	210	9,3	147	6,5	71	3,1	1130
	Sunt nesigur	188	8,3	216	9,6	57	2,5	37	1,6	12	0,5	510
	Nu sunt de acord	68	3,0	65	2,9	13	0,6	3	0,1	4	0,2	153
	Nu sunt deloc de acord	16	0,7	16	0,7	3	0,1	0	0	1	0	36
Credeți că ar fi necesar ca statul să sprijine producția de legume ecologică	Sunt întru totul de acord	225	9,9	279	12,4	158	7,0	114	5,1	64	2,8	840
	Sunt de acord	300	13,3	445	19,7	199	8,8	139	6,2	62	2,7	1145
	Sunt nesigur	83	3,7	86	3,8	23	1,0	15	0,7	10	0,4	217
	Nu sunt de acord	19	0,8	17	0,8	5	0,2	2	0,1	1	0	44
	Nu sunt deloc de acord	1	0	5	0,2	4	0,2	1	0	0	0	11
Nu cumpăr produse ecologice pentru că sunt prea scumpe.	Sunt întru totul de acord	40	1,8	30	1,3	15	0,7	7	0,3	3	0,1	95
	Sunt de acord	152	6,7	182	8,1	52	2,3	38	1,7	21	0,9	445
	Sunt nesigur	226	10,0	264	11,7	92	4,1	64	2,8	24	1,1	670

	Nu sunt de acord	185		308		193		124		64		874
	Nu sunt deloc de acord	25		48		37		38		25		173

Capitolul 4. CONCLUZII GENERALE

Cercetările realizate corespunzător planului de realizare a proiectului pentru Etapa III/2007 –“Studiul atitudinii și preferințelor” au scos în evidență următoarele concluzii, structurate pe cele trei capitole.

4.1. Referitor la obiectivele proiectului și ale fazei:

- Au fost propuse spre realizare obiectivele planificate în planul de realizare, corespunzător etapei III/2007 și respectiv, activităților prevăzute studiul atitudinii și preferințelor consumatorilor față de producția legumicolă ecologică din Regiunea de Nord-Est a României;
- Activitățile planificate corespund planului de realizare pentru această etapă, avându-se în vedere elaborarea chestionarului pentru intervievare, validarea acestuia și stabilirea modului cum va avea loc interviul, precum și realizarea interviului pentru atitudine și preferințe și prelucrarea datelor folosind soft-ul SPSS-12.

4.2. Referitor la activitatea de elaborare a chestionarului, validarea chestionarului și modul de intervievare:

- A fost elaborat un model de chestionar, corespunzător scopului propus, care cuprinde 42 de întrebări din care 13 fac referire la gruparea socio-profesională a respondenților, iar 29 de întrebări au ca scop relevarea atitudinii și preferințelor.
- Conținutul chestionarului are următoarea structură:
 - Întrebări prin care respondenții sunt grupați în funcție de sex, vârstă, venit mediu, număr de copii în familie, număr de membri în familie, domiciliul în mediul rural sau urban ș.a;
 - Principalele întrebări care definesc atitudinea față de producția legumicolă ecologică fac referire la opinia față de legumele românești, legumele străine, legumele obținute în sistem industrial sau familial, legumele ecologice, legumele obținute prin inginerie genetică, modul de ambalare și prezentare ș.a.;
 - Principalele întrebări care definesc preferințele fac referire la consumul de legume zilnic și săptămânal, la ritmul de consum de legume, legume produse de particulari și de fermieri, legume ecologice și legume de tip industrial, legume românești și legume din import ș.a.
- Modul de intervievare a fost stabilit cel direct prin operatori, prin metoda “față în față”;
- Validarea chestionarului a fost realizată cu un grup de sondaj relativ uniform; variațiile de răspuns au demonstrat că riscul erorilor este relativ mic, iar marja de eroare se încadrează în limite normale.

4.3. Referitor la studiul efectiv atitudinii și preferințelor au reieșit trei categorii de concluzii:

- i) despre gruparea socio-profesională a respondenților;
- ii) despre atitudinea și preferința interviuatelor
- iii) despre interacțiunea expresiei atitudinii și preferinței cu criteriile ce determină gruparea socio-profesională a celor participanți la interviu.

i) Gruparea socio-profesională a pus în evidență următoarea structură a respondenților (total 2257): 47% bărbați și 33% femei; 41% din mediu rural și 59% din mediul urban; 15% cu vârste între 18-25 ani; 38% cu vârste de 26-40 ani; 38% cu vârste de 41-65 ani și 9% peste 65 ani; circa 60% cu 1-3 membri în familie, 39% cu 4-6 membri în familie; 15% până la 8 clase, 25% cu 10 clase, 28% cu pregătire medie, 32% cu studii superioare; 28% cu venit de până la 400 lei/lună, 37% cu venit de 400-800 lei/lună, 17% cu venit de 800-1200 lei/lună, 12% cu venit de 1200-2000 lei/lună și 6% cu peste 2000 lei/lună; 75% căsătoriți, 17% necăsătoriți; 58% cu copii, 42% fără copii ș.a.

ii) Referitor la oferte cei mai mulți respondenți preferă să consume legume proaspete, într-o rată zilnică pe săptămână, preferă legumele românești, preferă legumele ecologice, nu agreează legumele obținute prin inginerie genetică ș.a.

Referitor la atitudini cei mai mulți respondenți susțin dezvoltarea legumiculturii ecologice românești, statul trebuie să sprijine producția ecologică, cred că legumele de la particulari și cele din ferme sunt de aceeași calitate, legumele din import asigură mai ales consumul în extrasezon; cei mai mulți din respondenți consideră că nivelul de pesticide din produsele legumicole este prea ridicat și că soiurile obținute prin inginerie genetică nu trebuie admise în cultură ș.a.

iii) Referitor la interacțiune răspunsurile privind atitudinea și preferința cu criteriile de gruparea socio-profesională sunt două serii de situații: a) când există interacțiune, atitudinea și preferința sunt influențate de locul de domiciliu, de venit, de nivelul de educație, de numărul membrilor în familie și b) când atitudinea și preferințele nu sunt influențate de vârstă, sex, profesie ș.a.

BIBLIOGRAFIE

1. Beedell, J; Rehman, T. (2000) - *Using socio- psychology models to understand farmer's conservation behaviour*. Journal of Rural Studies 16(1);
2. Blake, F. (1999) – *Organic Farming and Growing*, The Crowood Press, Ramsburg;
3. Darnhofer, Ika (2005) - *Organic farming and rural development. Some evidence from Austria*. sociologia ruralis, No.4/Octomber;
4. Darnhofer, Ika; Schneeberger, W.; Freyer, B. (2005) - *Converting or not converting to organic farming in Austria. Farmer types and their rationale*. AHUM-A 367, Austriaa. Agriculture an Human Values 22;
5. Duram, L. (2000) - *Agent's perceptions of structure. How Ilinois organic farmers view political, economic, social and ecological factors*. Agriculture and Human Values 17 (1);
6. EC (2002) - *Analysis of the possibility of a European Activity plan for organic food and farming*. European Commision Staff Working Paper SEC 1369;
7. Falconer, K. (2000) - *Farm-level constraints on agri-environmental scheme participation: a transactional perspective*. Journal of Rural Studies 16;
8. Gladwin, C. (1989) - *Ethnographic decision tree modelling*. Sage University Paper Series on Qualitative Research Mathods, vol.19. Bevely Hills;
9. Goodman, D. (2004) - *Rural Europe reduse? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change*. Sociologia Ruralis 44 (1);
10. Hansen, B., Alroe, H.F., Kristensen, E. (2001) - *Approaches to assess the environmental impact of organic farming with particular regard to Denmark*. Agriculture, Ecosystems and Environment (55);
11. Jansen, K. (2000) – *Labour, livelihoods and quality of life in organic agriculture in Europe*. Biological Agriculture and Horticulture 17(3);
12. Man C., Imre, A. (2005) - *Dezvoltarea și situația agriculturii ecologice (biologice)*. Bioterra (1) pe plan mondial și național;
13. Marsden, T., Banks, J., Bristow, G. (2000) - *Food supply chain approches: Exploring their role in rural development*. Sociologia Ruralis 40 (4);
14. Munteanu N. și Rominger O. (2001) - *Organic farming an increasing opportunity for Romanian farmers*. Lucrări științifice U.A.M.V. Iași, seria Horticultură, volumul 44;
15. Munteanu N. și Stan N. (1999) - *Alternative la agricultura de tip industrial între necesitate și posibilități*, Hortinform 1-77;
16. Munteanu, N (2000) – *Changing consumer expectation as an agent of change in the agri-food industries of selected countries of central and eastern Europe*. Final Synaptic Report. Inco-Copernicus Programme, Bruxelles;

17. Munteanu, N. (1999) – HACCP – *Metodă modernă pentru studiul factorilor de risc la culturile legumicole*. Lucrări științifice USAMV Iași, vol. 42(5). Seria Horticultură;
18. Munteanu, N., Bireescu, L., Dorneanu E., Gavriluță, I., Budui, Gh., Bireescu, G., Stan, T. (2000) - *Cercetări privind eficiența economică a aplicării unor produse biologice în legumicultură*. Lucrări științifice USAMV Iași, vol. 43, Seria Horticultură;
19. Munteanu, N., Rominger, O., Ungureanu, Gina, Stan, T. (2000) – *The evaluation of six tomatoes types produce dat the VITALEF processing plant. Attitudinal aspects*. Lucrări științifice USAMV Iași, vol. 43, Seria Horticultură.
20. Oostindie, Gh., Parrot (2002) – *Farmer's attitudes to rural development: Results from a transnational survey in six European Union countries*. Report from the FAIR -project "The socio-economic impact of rural development policies: Realities and potential" (IMPACT);
21. Pietola, K.; Lansink, A. (2001) - *Former response to policies promoting organic farming technologies in Finland*. European Review of Agricultural Economie 28 (1);
22. Schneeberger, W., Darnhofer, I., Eder M. (2002) – *Barriers to the adoption farming by cashcrop producers in Austria*. American Journal of Alternative Agriculture 17(1);
23. Stagl, S.(2002) - *Local organic food markets: potentials and limitations for contributing to sustainable development*. Empirica 29;
24. Stoian L. (1999) - *Caietul de sarcini IFOAM* Hortinform 11-87;
25. Toncea I., Stoianov R. (2002) - *Metode ecologice de protecție a plantelor*. Editura Științelor Agricole, București;
26. Vander Pleog, Renting, H. (2000) - *Impact and potential: A comparative review of European rural development practices* Sociologia Ruralis 40(4);