

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Școala doctorală Marketing



TEZĂ DE DOCTORAT

Prezentată și susținută public de către autor:

ALEXANDRU-MIHAÎȚA D. ICHIM

Titlul tezei de doctorat:

**COMPORTAMENTUL CONSUMATORILOR DE PRODUSE
ALIMENTARE ȘI AGROALIMENTARE ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ**

Conducător de doctorat: Prof. dr. EVA CRISTINA PETRESCU

Comisia de susținere a tezei de doctorat:

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI
Consiliul pentru Studii Universitare de Doctorat
Școala Doctorală
MARKETING

**COMPORTAMENTUL CONSUMATORILOR DE PRODUSE
ALIMENTARE ȘI AGROALIMENTARE ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ**

Alexandru-Mihăiță Ichim

Conducător de doctorat: Prof. dr. EVA CRISTINA PETRESCU

București, 2025-2026

COMPORTAMENTUL CONSUMATORILOR DE PRODUSE ALIMENTARE ȘI AGROALIMENTARE ÎN SITUAȚIE DE CRIZĂ

Rezumat

Situațiile de criză de orice natură ar fi, sanitare, militare, provocate de fenomene naturale și nu numai, determină modificări semnificative ale comportamentului oamenilor din mai multe perspective, inclusiv din cea de consumatori de produse alimentare și agroalimentare.

Din cauza acestui efect apare următoarea întrebare: *cum se comportă oamenii în calitate de consumatori de produse alimentare și agroalimentare pe durata unei crize?*

Izbucnirea și manifestarea în ultimii ani (2020-2025) a două crize importante, pandemia COVID-19 și conflictul militar din Ucraina, au creat contextul perfect pentru fi obținute răspunsuri la întrebarea de mai sus.

Efectele ambelor evenimente critice asupra pieței de produse alimentare și agroalimentare au fost semnificativ și au generat dezechilibre majore atât la nivel global, cât și în România.

Modalitatea prin care au fost obținute răspunsuri la întrebarea de mai sus a fost investigarea în profunzime a impactului pandemiei COVID-19 și a conflictul militar din Ucraina prin realizarea unor cercetări cantitative și a unei cercetări calitative.

Cercetările cantitative, respectiv cele două sondaje și studiile de birou înfăptuite, au analizat comportamentul consumatorilor de produse agroalimentare din România în timpul lockdownului provocat de pandemia COVID-19, comportamentul consumatorilor de produse alimentare ecologice din România în contextul războiului din Ucraina, însă și anumite consecințe generate de pandemia COVID-19 ori provocate de războiul din Ucraina la nivel internațional și regional.

Cercetarea calitativă efectuată, focus grupul, a observat modul în care pandemia COVID-19 și conflictul militar din Ucraina au influențat comportamentul producătorilor de produse agricole din România.

Rezultatele obținute în urma demarării prezentului demers științific contribuie la o înțelegere mai bună a comportamentului consumatorilor de produse alimentare și agroalimentare.

Totodată, acestea oferă și noi perspective care contribuie la aprofundarea subiectului prin oferirea de informații utile consumatorilor, producătorilor, autorităților sau cercetătorilor din domeniul

economic așa cum este și marketingul, interesați de evoluția comportamentului consumatorilor de produse alimentare și agroalimentare în situații de criză.

Cuvinte cheie: consumator, comportament, criză, produs, produs alimentar, produs agroalimentar

CUPRINS

Introducere	1
CAPITOLUL 1 - CONCEPTE DE BAZĂ PRIVIND PRODUSELE ALIMENTARE ȘI AGROALIMENTARE ȘI MARKETINGUL AGRICOL	6
1.1. Noțiuni generale despre marketing	6
1.2. Agricultură și produse alimentare și agroalimentare	8
1.3. Concepte de bază referitoare la marketingul agricol	12
CAPITOLUL 2 - PIAȚA ÎN DOMENIUL AGRICOL	18
2.1. Piața agricolă și piața alimentară – caracteristici principale	18
2.2. Politicile agricole comune și modul de organizare pentru piețele agricole și alimentare.....	21
2.3. Considerații generale legate de piața agricolă și piața alimentară în România.....	24
CAPITOLUL 3 – NOȚIUNI DESPRE CONSUMATOR ȘI COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI	30
3.1. Importanța studierii comportamentului consumatorului și definirea termenului „consumator”	30
3.2. Comportamentul consumatorilor în funcție de generație.....	33
3.3. Comportamentul consumatorului în funcție de atitudinea și percepția față de risc	39
CAPITOLUL 4 - SITUAȚIILE DE CRIZĂ.....	42
4.1. Definirea termenului „criză” și efectele sale	42
4.2. Aspecte privind crizele sanitare și militare	45
4.3. Istoricul pandemiei COVID-19.....	49
4.4. Războiul din Ucraina	59

**CAPITOLUL 5 - PANDEMIA COVID-19 ȘI COMPORTAMENTUL
CONSUMATORILOR DE PRODUSE ALIMENTARE ȘI AGROALIMENTARE64**

- 5.1. Consumul de alimente și dinamica pieței produselor alimentare și
agroalimentare la nivel global reflectate în date64
- 5.2. Consumul de alimente și dinamica pieței produselor alimentare și
agroalimentare la nivelul României reflectate în date73
- 5.3. Cercetare despre influența unor indicatori asupra consumului de produse
alimentare proaspete în perioada 2016-2021 în România, Bulgaria și Ungaria75

**CAPITOLUL 6 - CERCETARE CALITATIVĂ PRIVIND MODUL ÎN CARE
PANDEMIA COVID-19 ȘI CONFLICTUL MILITAR DIN UCRAINA AU SCHIMBAT
COMPORTAMENTUL PRODUCĂTORILOR DE PRODUSE AGRICOLE84**

- 6.1. Contextul studiului.....84
- 6.2. Scopul și obiectivele cercetării calitative asupra modului în care pandemia
COVID-19 și conflictul militar din Ucraina au schimbat comportamentul
producătorilor de produse agricole84
- 6.3. Metodologia cercetării calitative.....85
- 6.4. Analiza și interpretarea rezultatelor89
- 6.5. Concluziile și limitele cercetării91

**CAPITOLUL 7 - CERCETARE CANTITATIVĂ LEGATĂ DE COMPORTAMENTUL
CONSUMATORILOR DE PRODUSE AGROALIMENTARE DIN ROMÂNIA ÎN
TIMPUL PANDEMIEI COVID-19.....92**

- 7.1. Scopul, obiectivele și ipotezele cercetării cantitative focalizate pe comportamentul
consumatorilor de produse agroalimentare din România în timpul
pandemiei COVID-19.....92
- 7.2. Metodologia cercetării cantitative utilizată la analizarea comportamentului
consumatorilor de produse agroalimentare din România în timpul
pandemiei COVID-19.....93
- 7.3. Analiza univariată și interpretarea rezultatelor cercetării cantitative despre
comportamentul consumatorilor de produse agroalimentare din România în timpul

pandemiei COVID-19.....	96
7.4. Analiza corespondențelor (Correspondence Analysis).....	111
7.5. Concluziile cercetării cantitative referitoare la comportamentul consumatorilor de produse agroalimentare din România în timpul pandemiei COVID-19	115

**CAPITOLUL 8 - CERCETĂRI EMPIRICE DESPRE EFECTELE RĂZBOIULUI
DIN UCRAINA118**

8.1. Studiu empiric legat de efectele economice ale războiului din Ucraina asupra indicelui prețurilor alimentelor și băuturilor nealcoolice și a indicelui prețului energiei din Uniunea Europeană comparativ cu Coreea de Sud.....	119
8.2. Consumul de produse alimentare ecologice în România în contextul crizei militare din Ucraina - cercetare cantitativă	123
8.2.1. Scopul, obiectivele și ipotezele cercetării cantitative - Consumul de produse alimentare ecologice în România în contextul crizei militare din Ucraina.....	123
8.2.2. Metodologia cercetării cantitative referitoare la consumul de produse alimentare ecologice în România în contextul crizei militare din Ucraina.....	125
8.2.3. Analiza univariată și interpretarea rezultatelor cercetării cantitative - Consumul de produse alimentare ecologice în România în contextul crizei militare din Ucraina.....	128
8.2.4. Concluziile cercetării cantitative legate de consumul de produse alimentare ecologice în România în contextul crizei militare din Ucraina.....	142

CONCLUZIILE FINALE145

CONTRIBUȚIA PERSONALĂ.....147

DIRECȚII VIITOARE DE CERCETARE149

RESURSE BIBLIOGRAFICE151

ANEXE.....172

ANEXA 1: Chestionar de selecție - focus-grup172

ANEXA 2: Ghid de conversație - focus-grup174

ANEXA 3: Chestionar – comportamentul consumatorilor de produse agroalimentare din România în timpul pandemiei COVID-19	176
ANEXA 4: Chestionar - Consumul de produse alimentare ecologice în România în contextul crizei militare din Ucraina.....	182