

Ірина СОЛОМАХА

І НІ АЕЕАІ НО² ООІ ЕО²І І ОААІ І В А²О×ЕÇІ ВІ І АІ ӘЕІ ЕО І ӘІ АОЕО²- ЕА²ОІ ЕЕАӘНОАА

Уточнено поняття «квітникарство», визначено його місце в системі АПК та значення для життєдіяльності людини. Досліджено особливості функціонування вітчизняного ринку продукції квітникарства. Проаналізовані основні учасники ринку та їхній взаємозв'язок. Подано характеристику різноманітних видів додаткових послуг на ринку флористичної продукції.

The concept of «Floriculture» has been clarified, its place in the system of APK and the value for human life has been determined. The features of the functioning of the domestic market of flower production have been investigated, the main market participants and their relationships have been analyzed. The characteristic of various types of additional services on the market of floristic products has been granted.

Український ринок вирощування та продажу продукції квітникарства – це молода й перспективна галузь, яка швидко розвивається. Однак криза значно загальмувала розвиток квіткової галузі. Якщо до кризи обсяги виробництва квітів стабільно збільшувалися на 20–25% у рік, витісняючи імпорт, то з 2009 р. ринок перестав зростати внаслідок падіння купівельної спроможності населення. За даними Держкомстату, скоротився й імпорт, що призвело до зміни структури «посівів» виробників. Квітковий бізнес в Україні складається з 80% імпортованої продукції і тільки 20% – з вітчизняної продукції (здебільшого троянди). Головною причиною такого становища є високі затрати українського виробника: наприклад, 1 тепличний гектар для вирощування екзотичних квітів коштує від 1 млн. дол. США, окупність якого настає через 7–8 місяців. В Україні є кліматичні умови для вирощування більшості квітів, які закупаються за кордоном, але щоб стимулювати наше виробництво, потрібна підтримка з боку держави, наприклад, спеціальні програми для розвитку квіткового бізнесу.

В Україні існує висока купівельна спроможність продукції квітникарства. Для прикладу, середньостатистичний українець витрачає 8 євро на квіти в рік, а європеєць – на 50% більше (12 євро). Останнім часом істотні зміни відбулися у структурі продажів: значно зросла частка горщикової продукції та посадкового матеріалу.

Дослідженню практичних питань функціонування ринку квітникарства в Україні присвячені наукові праці українських фахівців: С. П. Крапиви, С. М. Кваші, В. А. Ходарченко, С. В. Сорокіної, В. І. Баюри, О. Б. Погасій, але вони не мають комплексного характеру. Вважаємо, що важливим є подальше системне вивчення цього специфічного сектору економіки. Особливо увагу слід зосередити на дослідженні його теоретичних та методологічних аспектів з перспективою вдосконалення функціонування ринку продукції квітникарства в Україні.

Метою статті є визначення особливостей функціонування вітчизняного ринку продукції квітникарства, дослідження основних учасників ринку та їхній взаємозв'язок, характеристика різноманітних видів додаткових послуг на ринку флористичної продукції.

Квітникарство – галузь рослинництва, один із напрямів декоративного садівництва (рис. 1), що займається селекцією і вирощуванням красиво квітучих та інших рослин з декоративними цілями: для зрізування букетів, створення оранжерей і зелених насаджень відкритого ґрунту, для прикрашання парків і скверів, а також для прикрашання житлових і виробничих приміщень [1].

Ця невід'ємна частина всього рослинництва охоплює групу рослин, які не використовуються як продукти харчування, а служать естетичними засобами облагороджування навколишнього середовища

та інтер'єрів. Згідно з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД 2011) квітникарство належить до розділу 01 – Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ним послуги, групи 01.1 – рослинництво, класу – 01.12 овочівництво, декоративне садівництво і вирощування продукції розсадників [2].

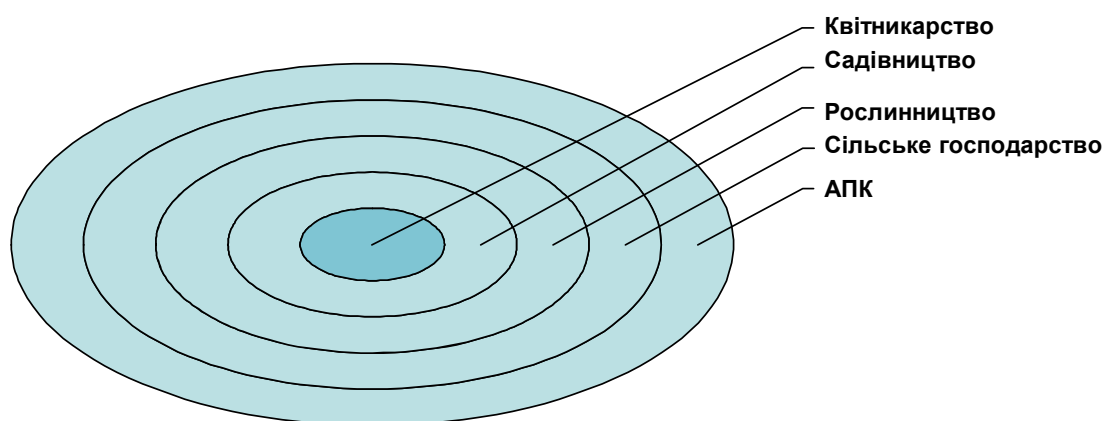


Рис. 1. Структурне підпорядкування ринку квітникарства

Вирощування та виробництво квітів у садівництві називається квітникарством. Мистецтво аранжування квітів – це флористика, на Далекому Сході (Японія) таке мистецтво є традиційним і має назву ікебана.

Великий російський вчений К. А. Тимірязєв надзвичайно глибоко описав значення зелених рослин у влучному визначенні «космічна роль зелених рослин», яка полягає в уловлюванні й засвоєнні енергії сонячного проміння рослинами, які завдяки цій енергії в процесі фотосинтезу створюють з неорганічних сполук органічні. Після споживання органічних сполук їхня енергія стає джерелом усіх життєвих процесів тварин і людини. В процесі фотосинтезу виділяється газ та кисень, вкрай необхідний для життя людей та інших живих організмів. По-друге, зелені рослини створюють те екологічне середовище, без якого неможливе нормальне життя. По-третє, квітково-декоративні рослини мають естетично-духовне значення: багато прекрасних творів написано під впливом краси квітів, народна творчість пронизана мотивами невмирущої краси рослинного світу – це вишиванки, різьблення, розпис посуду мелодії і душевні пісні тощо.

Ринок квітів виник багато років тому. Існуючи в системі світового сільського господарства, він завжди вирізнявся серед інших видів ринку. Квіти не є продуктом першої необхідності, однак без них важко уявити будь-яке свято чи торжество. Квітникарством займаються як розвинуті країни, так і країни, що розвиваються, а для деяких із них ця діяльність становить значну частку ВВП, як наприклад Нідерландів, країн Латинської Америки. Економічно розвинуті країни з високим попитом на квіткову продукцію забезпечують себе квітами через імпорт, водночас сприяючи створенню робочих місць у країнах, що розвиваються.

В Україні серед інших сегментів ринок продукції квітникарства є невеликим за обсягом, молодим, перспективним і швидко зростаючим, але водночас одним із найскладніших і трудомістким, який необхідно досконало вивчати. Це зумовлено особливостями, які відрізняють його від інших підкомплексів. Насамперед, ринок квітникарства представлений багатоманітними суб'єктами (учасниками), що мають різні основні та оборотні ресурси, цілі щодо роботи на ринку, потреби тощо. Сьогодні на ринку працює дві групи учасників: продавці, до яких належать підприємства-виробники, переробні підприємства і посередники та покупці (рис. 2).

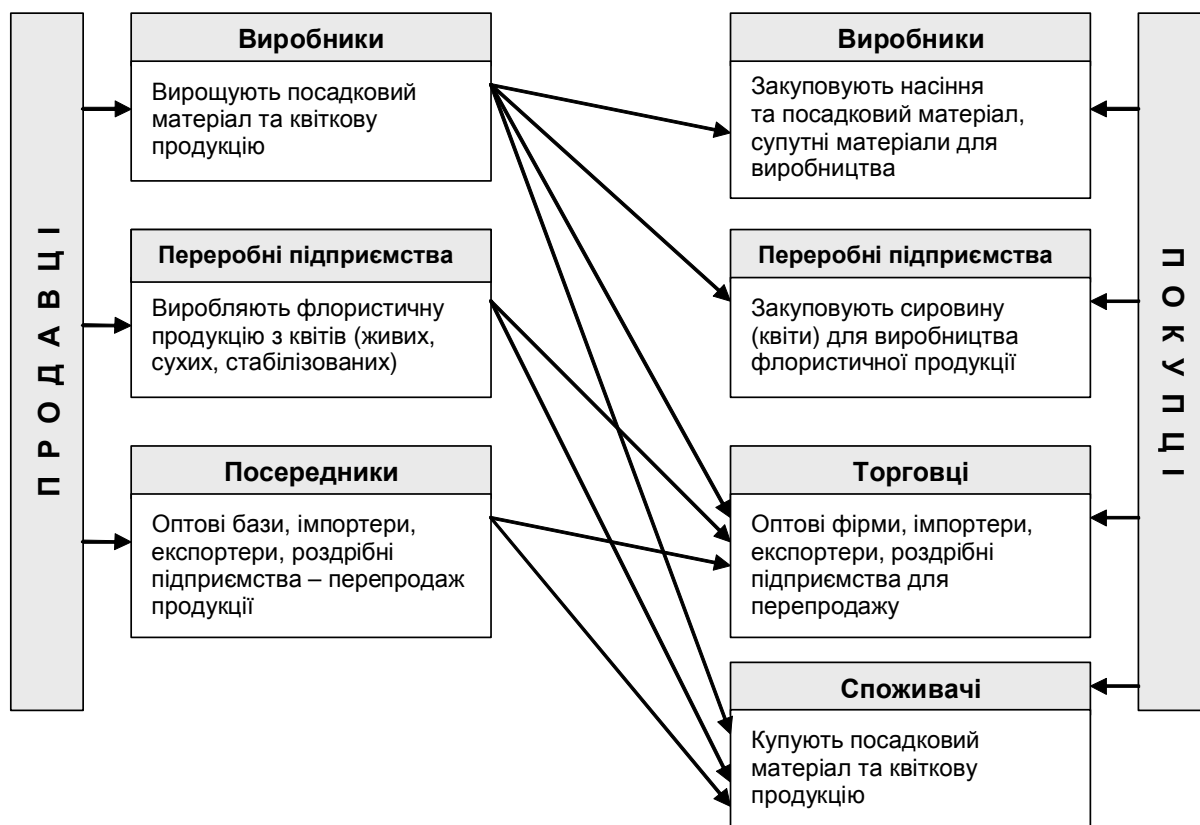


Рис. 2. Взаємозв'язки основних учасників ринку продукції квітництва

Суб'єктами ринку виступають підприємства різноманітних форм власності й господарювання, які зазвичай пропонують дуже широкий асортимент продукції. Пропозиція ринку квітництва формується вітчизняною та імпортною продукцією декоративного садівництва (живі зрізані квіти, горщиківі рослини, посадковий матеріал, декоративні рослини відкритого та закритого ґрунтів тощо) та переробленою продукцією (квіткові композиції, букети, флористичні вінки, колажі, панно тощо).

Вирощування квіткової продукції характеризується специфічними параметрами: строком вступу до фази розквіту, тривалістю використання насаджень, урожайністю, строком цвітіння, якістю продукції (що визначається державними стандартами), придатністю до перероблення тощо. Вони визначають ефективність роботи підприємств та галузі загалом.

Специфіка вирощування квітів обумовлена: впливом природних факторів (клімату, рельєфу, родючості ґрунтів, тривалості світлового дня, сезонності вирощування тощо); складністю технологічних процесів (використанням новітніх технологій вирощування: гідропоніки, аеропоніки, хемопоніки, іонітопоніки, сучасних пакувальних цехів, сховищ та спеціалізованого транспорту тощо) та їхніми особливостями для кожної квіткової культури, а також організаційно-економічними чинниками. Сьогодні на ринку виробників працюють:

- десятки великих компаній, які мають у своєму розпорядженні сучасні тепличні комплекси за новітніми технологіями,
- велика кількість середніх підприємств, що мають власні тепличні господарства «під склом» різні за площею,
- безліч дрібних квіткових господарств і підприємств у формі особистих селянських господарств, що працюють як «під склом» так і «під плівкою».

Кількість дрібних суб'єктів ринку квітництва підрахувати практично неможливо, тому що вони офіційно не декларують виробництво, працюючи переважно у формі особистих селянських господарств. З огляду на це основна проблема української галузі квітництва – неможливість оцінити реальні обсяги виробництва квітів, які можуть вийти на ринок з цих дрібних господарств. Їхній вплив особливо посилюється у весняно-літній період, коли квіткова продукція зацвітає у відкритому ґрунті. Крім цього, новий Податковий кодекс [3] обмежує права квіткарів на спрощену систему оподаткування, тому більшість офіційних виробників будуть вимушені вирощувати, крім посадкового матеріалу і квітів на зріз, ще й овочі. Продукція квітництва, що вирощена у населення, не може бути вчасно й цивілізовано реалізована через відсутність організованих каналів збуту, оптових ринків продукції квітництва та розвинутої інфраструктури. Все це призводить до значної тінізації ринку. Так, за оцінками учасників ринку, тінізація ринку продукції квітництва становить 50%.

Вирощування квітково-декоративної продукції відбувається у відкритому ґрунті (сезонне використання) і закритому ґрунті (теплиці). Виробництво останніх є основним джерелом надходження квіткової продукції поза сезоном масового зрізу і дає змогу значно скоротити імпорт квітів.

Декоративне садівництво, як і інші галузі рослинництва, характеризується високою енергоємністю й важко піддається механізації. Як наслідок, продукція квітництва відрізняється високим рівнем трудомісткості й вимагає значних обсягів ручної праці. Сьогодні в Україні ряд виробників мають найсучасніші автоматизовані тепличні комплекси, що оснащені комп'ютерними системами клімат-контролю, системами новітнього енерговикористання, промінезахисту, зашторювання, крапельного поливу, системами створення туману, сучасними пакувальними цехами тощо. Навіть на таких передових підприємствах процес зрізання квітів, обрізання квітково-декоративних кущів та дерев залишається ручним. Але більшість підприємств галузі працює за старими технологіями, що робить їхній бізнес надто трудомістким і малоефективним.

Іншою проблемою вирощування конкурентоспроможної квіткової продукції є порушення агротехнологій: складу субстратів, якості насіння і посадкового матеріалу, температурного режиму, вологості, вмісту в повітрі вуглекислого газу (CO_2), графіків обробки хімічними препаратами, живлення тощо. Українські квіткарі використовують у виробництві ґрунт національних виробників, а посадковий матеріал – здебільшого імпортований з Голландії, Польщі, Бельгії, Іспанії та Нідерландів, що значно підвищує собівартість готової продукції і залежність від якості роботи імпортерів.

Стабільний розвиток квітництва досягається при оптимальному співвідношенні площ плодоносних та молодих насаджень, яке забезпечується системним інвестуванням коштів в основний капітал. Окупність вкладень потребує тривалого часу, оскільки пов'язана з біологічним походженням виробничих засобів [4]. Після висадки троянду безперервно збирають вже через 3 місяці, в той час як, наприклад, герберу – лише через 2 роки після висаджування. Рентабельність вирощування троянди, за оцінками експертів галузі, сягає 30%. Крім цього, для квітництва характерна тривала постійність території насаджень від моменту їхнього закладення до кінця періоду використання.

Перелічені особливості виробництва квітково-декоративної продукції значно підвищують господарський ризик квіткарів, особливо у випадках структурних змін ринкового попиту на квіти. Виробництву продукції квітництва характерна середня рентабельність з високим ступенем ризику.

Особливості галузі квітництва вимагають вирощування різних видів і сортів квітково-декоративних культур; обґрунтованого їх розміщення на макро- (за зонами та областями) та макрорівнях (за господарствами) з урахуванням районів високої концентрації міського населення; значних матеріальних, трудових і грошових ресурсів; ефективної механізації, організації праці та виробництва загалом тощо. Рівномірне залучення робочої сили й стабільність грошових надходжень має базуватися на використанні різних строків дозрівання продукції [5].

Квіти – це ніжний товар, що швидко псується, тому особливого значення набуває дотримання технології зрізання, пакування, використання хімічних препаратів для подовження строку цвітіння, дотримання температурного режиму (3–5°C) зберігання та ефективної логістики товароруку продукції до кінцевого споживача на основі мобільної системи маркетингу.

При закупівлі квітів важливо правильно розрахувати їхню кількість, асортимент, зрозуміти, які саме сорти і види квітів будуть користуватися попитом у досліджуваному сезоні. Квітка не буде чекати свого покупця – вона швидко зів'яне. Крім цього, на квіти, як і на одяг, існує мода, а вона дуже

мінлива. Наприклад, в останні роки різко знизився попит на гвоздики, виробники в Ізраїлі і Кенії зазнають великих збитків, а в 2010 р. голландський аукціон оголосив гвоздику квіткою року. В Україні найпопулярнішою квіткою залишається троянда (70% ринку) [6]. Навесні споживачі дедалі більшу перевагу віддають тюльпанам та іншим цибулевим квітам. Найбільш модним кольором за останніх два роки є біло-зелений, особливим попитом користуються муарові, дво- чи триколірні квіти. В 2010 р. на Міжнародній спеціалізованій виставці по квітковому бізнесу, садівництву, ландшафтному дизайну і флористиці Flowers & HortTech (м. Київ) вперше було представлено сині троянди, які отримали найвищі оцінки фахівців та споживачів. Значно підвищується попит на представлені сьогодні на ринку екзотичні квіти, що необхідно враховувати в закупівельній роботі.

Споживання квіткової продукції, на відміну від її виробництва, має цілорічний характер. У літній період український квітковий ринок наповнюється переважно за рахунок вітчизняного виробника, а в зимовий – значно залежить від імпорту. З розвитком квіткового ринку в Україні поступово формується культура споживання квітів не тільки у великих мегаполісах, а й у регіонах. На відміну від європейців, українці сприймають квіти зазвичай як подарунок, що вручається з особливого приводу. Український покупець традиційно купує квіти на свята і надає перевагу букетам троянд на довгих стеблах. Проте у рівнях споживання українським населенням продукції квітництва існують певні розбіжності, які визначаються природними та економічними факторами, в тому числі купівельною спроможністю населення, національними традиціями населення кожного регіону, модою, культурою споживання, рівнем урбанізації населення тощо. Повільно, але поступово культура аранжування букетів та оформлення квітами будинків і торжеств зароджується в регіонах. Крім цього, у віддалених від центру містах є багато флористів-дизайнерів, які мають неординарне мислення і прагнуть нестандартно працювати. Тому вважаємо, що розвиток бізнесу в регіонах – справа дуже перспективна.

Слід зазначити, що попит на квіткову продукцію має імпульсивний характер (попит, що складається під впливом пропозиції товару), за винятком свят, коли попит є постійним. Споживачі планують купівлю квітів тільки на свята, в інший час квіткова торгівля, як жодна інша, є негайною. Наприклад, покупець проходить повз квітковий салон, бачить красиву рослину – існує велика ймовірність, що він її купить, хоча раніше не збирався цього робити. Враховуючи перелічені особливості, великого значення набуває раціональне розміщення роздрібних торговельних підприємств, наявність флористів, ефективна рекламна та маркетингова діяльність.

Практикою торговельної діяльності доведено, що за можливості закупити (придбати) аналогічний товар у кількох постачальників (роздрібних торговців) і гуртові покупці, і звичайні споживачі віддадуть перевагу тим торговельним підприємствам, де їм буде забезпечено надання більшої кількості послуг і створено більше зручностей у процесі пошуку, вибору, придбання і доставки товару [7]. Квіти – це особливий товар емоційного сприйняття, при продажу якого величезного значення набуває як перелік пропонованих товарів, так і додаткових послуг. Продавці пропонують не тільки квіти, а й стиль життя – можливість створити приємну атмосферу у квартирі, в будинку, офісі, на робочому місці тощо. Свіжозрізані і штучні квіти, горщиківі рослини, букети створюють у приміщенні особливий мікроклімат і поліпшують настрій.

Крім складання букетів, дизайнери можуть займатися оформленням квартир, будинків, заходів та ін. з індивідуальним підходом до кожного клієнта. Для особливих урочистостей важливо підбирати індивідуально для клієнта квіти потрібного кольору, розміру, сорту. Сьогодні техніка флористики дійшла до неймовірних висот: гірлянди, композиції на стінах, весільні букети, навіть плаття, шпилька чи краватка-метелик виконуються з квітів. Можна складати комбіновані букети і квіткові кошики, наприклад, зі штучних квітів і сухоцвітів, із сухоцвітів і живих квітів, живих та горщиківих квітів. Поєднання різних стилів утворює новий стиль. Обов'язковою є така послуга, як замовлення квіткових композицій та букетів по телефону і доставка їх у призначений час за вказаною адресою. На наш погляд, можливості флористичних послуг практично необмежені (див. табл. 1).

Висока якість і стабільний характер надання торговельних послуг сприяють підвищенню престижу роздрібного торговельного підприємства, удосконаленню обслуговування покупців у роздрібній торгівлі, зростанню кількості постійних клієнтів і залученню нових відвідувачів магазинів, завдяки чому збільшуються обсяги товарообігу (в тому числі додаткового) і валових доходів, покращуються інші показники господарської діяльності [7].

Характеристика специфічних послуг квіткового бізнесу

Послуга	Характеристика послуги
1	2
Замовлення квітів по телефону та Інтернету	Оформити замовлення на виготовлення букетів чи композицій можна в магазині, за телефоном, через інтернет-магазин. Строк виконання замовлень має бути найкоротшим.
Флористика (складання букетів, композицій)	Складання універсальних, тематичних чи персональних букетів та інших композицій із живих квітів, декоративної зелені, сухоцвітів, штучних квітів тощо.
Написи на живих квітах	Написи друкують на тонкому клейкому папері за допомогою спеціального принтера, це дає змогу висловити почуття до людини словами на пелюстках, скласти побажання, привітати чи подякувати. Квітка з написом дасть значно більше позитивних емоцій.
Голографічні наклейки	Такі наклейки неможливо виготовити на звичайному принтері, необхідне спеціальне голографічне обладнання. Наклейки не потребують контакту з водою, їх можна вкладати навіть всередину квітів – це буде приємним і несподіваним сюрпризом для їхніх отримувачів.
Flower Tattoo – квіткове тату	Технологія нанесення візерунків у стилі тату на пелюстки будь-яких живих квітів.
Flower Piercing – квітковий пірсинг	Технологія проколювання і закріплення в пелюстках квітів оригінальних кілець і прикрас зі спеціального легкого металу.
Створення квітів (букетів), що світяться у темряві	Обробка унікальним світловим біогелем (абсолютно безпечним для людей і для квітки), який накопичує світло від будь-якого джерела і продовжує світитися 3–4 години залежно від тривалості перебування на світлі; збільшує тривалість життя бутону квітки за рахунок зниження випаровуваності вологи з його поверхні, зів'ялі квіти зберігають властивість світіння необмежений час і можуть прикрашати вази вже як сухоцвіти.
Flash Flower Квіткові флеш-вкладиші	Нова унікальна технологія виробництва мініатюрних флеш-вкладишів, які вміщуються усередину бутонів живих квітів, завдяки яким квіти починають мерехтіти різними кольорами (синій, червоний, зелений). Тривалість мерехтіння – до 3 діб. Мерехтливі квіти прикрасять будь-який святковий стіл, посилять відчуття свята, порадують і здивують будь-яку дівчину чи жінку. Технологію можна використовувати в рекламних цілях, на вітринах квіткових салонів для привернення уваги покупців, оформлення святкових столів у ресторанах і готелях.
Троянди фен-шуй	Китайське мистецтво пошуку гармонії, залучення щастя, здоров'я, успіху і багатства. Можна написати на квітці побажання щастя і здоров'я. Побажання посиляться, з'єднавшись із позитивним значенням символу фен-шуй. Потужна енергія, прихована в стриманій вишуканості ієрогліфа, стане подарунком клієнтам. Побажання варто вкласти у саму квітку, в ієрогліфі, а дізнатися, що він означає, власникові квітки допоможе невелика листівка, що додається до квітки.
Листівки для квітів	Оформлення листівок з тематичними поздоровленнями до букета квітів.
Послуги з пакування квітів	Послуги з пакування квітів користуються високим попитом, не потребують великих вкладень, характеризуються високою рентабельністю, відсутністю істотних витрат (подарункові коробки, тубуси, пакети, сумки тощо).
Зберігання готових композицій	Зберігання готових оплачених композицій в умовах оптимальної температури та вологості (у холодильниках або холодильних сховищах) на певний час для подовження терміну цвітіння.

1	2
Доставка квітів	Доставка квітів з попереднім замовленням у зазначений час та в будь-яке місце; експрес-доставка (виконання замовлення протягом 1 год.); фотографування клієнта з отриманим букетом на пам'ять.
Дистанційні привітання квітами	Доставка квітів клієнту на основі попереднього замовлення, коли замовник не має змоги (за браком часу, через велику відстань) безпосередньо привітати клієнта.
Оформлення інтер'єру кімнатними рослинами	Підготування проекту та оформлення інтер'єру приміщень з урахуванням не тільки законів дизайну і фізіологічних особливостей кімнатних рослин, а й індивідуальних потреб споживачів.
Оформлення приміщень та залів квітами	Тематичне оформлення квітами: бізнес-оформлення, весільне оформлення, оформлення весільних ескортів, оформлення дитячих свят, оформлення ритуальних церемоній тощо.
Професійний догляд за квітами	Професійний догляд, поради, лікування та пересаджування кімнатних рослин удома, в офісах, на підприємствах тощо.
Прокат квітів	Прокат горщиків рослин та рослин у контейнерах для проведення різних ділових чи святкових заходів.
Квітова реклама	Виготовлення рекламних засобів з живих та горщиків квітів.

Характерною особливістю розвитку сучасного вітчизняного квітництва за категоріями господарств та підприємств є гнучка система ціноутворення. Ціновий рівень на зрізану та горщикову квіткову-декоративну продукцію відносно стабільний, за винятком святкових продажів (коли ціна підвищується вдвічі) та сезонних коливань, проте вартість роботи дизайнерів диференційована залежно від складності композиції та обсягу робіт. Наприклад, ціна на квіти в обгортковому папері – найнижча; до ціни на аранжований букет додатково включається вартість роботи дизайнера-флориста. Є ще й третій шлях: покупець обирає необхідну кількість і сорти квітів, флористичну губку, в якій квіти зберігаються набагато довше, і створює букет самостійно. Такий метод є активним, тому що споживачі залучаються до процесу створення композиції, розвивають свої естетичні смаки та навички. Такий спосіб поширений за кордоном. Використання цих методів дає змогу задовольнити попит всіх споживачів залежно від їхнього платоспроможного попиту.

Для ринку квітництва характерна низька інформованість споживачів щодо асортименту квітково-декоративної продукції, оцінки якості, способів розмноження, догляду, засобів боротьби зі шкідниками і хворобами тощо, та велика довіра до порад кваліфікованих продавців і флористів, тому одним із важливих факторів, що впливають на успіх підприємства, є персонал. Проте в Україні сьогодні недостатньо навчальних закладів, які готують агрономів і флористів, що призводить до дефіциту фахівців.

Отже, функціонування вітчизняного ринку продукції квітництва характеризується такими особливостями: суттєвим впливом природних факторів, складністю технологічних процесів, високою енергоємністю, необхідністю використання імпортованого посадкового матеріалу, необхідністю оптимального співвідношення плодоносних та молодих насаджень, тривалим часом отримання готової продукції при вирощуванні; необхідністю чіткого розрахунку асортименту з урахуванням потреб, дотримання температурного режиму зберігання та ефективної логістики товароруку продукції до кінцевого споживача, розширенню торговельних послуг та гнучкої системи ціноутворення на основі мобільної системи маркетингу тощо.

Рентабельність квітового бізнесу залежить від мети та філософії підприємця, його вміння урахувати всі особливості квітового бізнесу та прорахувати баланс між купівельною спроможністю і готовністю населення віддати певну суму за квіткову продукцію.

Література

1. Дані з веб-сторінки Вільної енциклопедії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Квітникарство>
2. Національний класифікатор України ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI, розд. XIV, ст.. 301.6.1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user>
4. Шестопись О. М. Проблема інвестицій у створення (відтворення) промислових садів і основні напрями їх вирішення / О. М. Шестопись // Економіка України. – 2003. – № 10. – С. 47–55.
5. Баяра Д. О. Агропромислова інтеграція у садівництві в умовах формування ринкових відносин / О. Д. Баяра, О. Ю. Єрмаков, О. М. Шестопись // Садівництво. – 1995. – Вип. 44. – С. 95–102.
6. УАК: Приємний аромат українських квітів [Електронний ресурс] / Українська аграрна конфедерація. – Режим доступу : <http://agroconf.org/content/uak-priemniy-aromat-ukrayinskih-kvitiv> – Дата доступу: 09.06.2010
7. Алопій В. В. Організація торгівлі : підруч. / В. В. Алопій, І. П. Міщук ; 3-тє вид. – К. : Центр навч. літ-ри, 2009. – 632 с.