

Ірина СОЛОМАХА

Уточнення поняття "квітникарство", визначено його місце в системі АПК та значення для життєдіяльності людини. Досліджені особливості функціонування вітчизняного ринку продукції квітникарства, проаналізовані основні учасники ринку та їхній взаємозв'язок. Надана характеристика різноманітних видів додаткових послуг на ринку флористичної продукції.

Уточнено поняття "квітникарство", визначено його місце в системі АПК та значення для життєдіяльності людини. Досліджені особливості функціонування вітчизняного ринку продукції квітникарства, проаналізовані основні учасники ринку та їхній взаємозв'язок. Надана характеристика різноманітних видів додаткових послуг на ринку флористичної продукції.

Ключові слова: квітникарство, декоративне садівництво, ринок продукції квітникарства, зрізані квіти, виробники квітів, послуги квіткового бізнесу.

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. цей ринок перестав зростати внаслідок падіння купівельної спроможності населення. За даними Держкомстату України, 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 на квіти 8 євро 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. Кваши, 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 спрямувати на дослідження його теоретичних та методологічних аспектів з перспективою вдосконалення функціонування ринку продукції квітникарства в Україні.

Метою дослідження є визначення особливостей функціонування вітчизняного ринку продукції квітникарства, виявлення основних учасників ринку і їхнього взаємозв'язку та характеристика різноманітних видів додаткових послуг на ринку флористичної продукції.

Квітникарство – галузь рослинництва, один із напрямів декоративного садівництва (рис. 1), що займається селекцією і вирощуванням красивоквітучих 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].

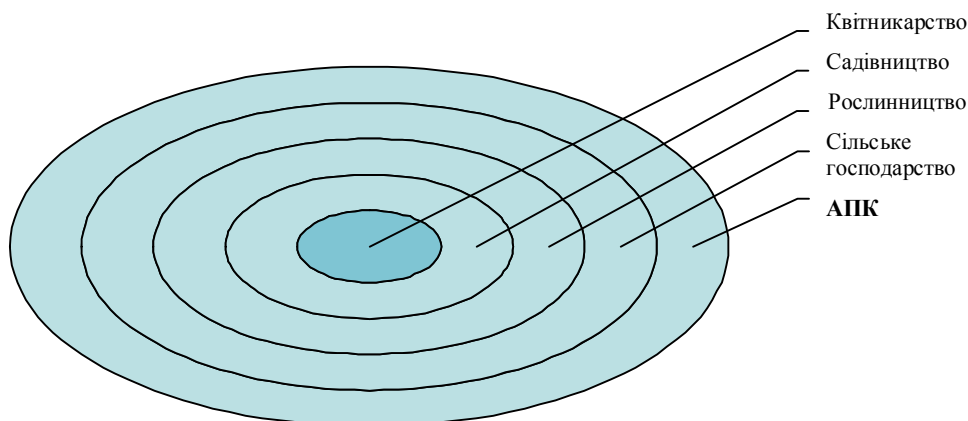


Рис. 1. Структурне підпорядкування ринку квітникарства

Ця невід’ємна частина всього рослинництва охоплює групу рослин, які не використовуються в ролі продуктів 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].

Вирощування та виробництво квітів у садівництві називається квітникарством. Мистецтво аранжування квітів – 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 і 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 і 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, пісні та ін.

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. 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 квітництва виявляється невеликим за об'ємом, молодим, перспективним і швидко зростаючим, але водночас одним із найскладніших та трудомістким, який необхідно досконально вивчати. Це зумовлено особливостями, які відрізняють його від інших ринків. Насамперед, ринок квітництва 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).

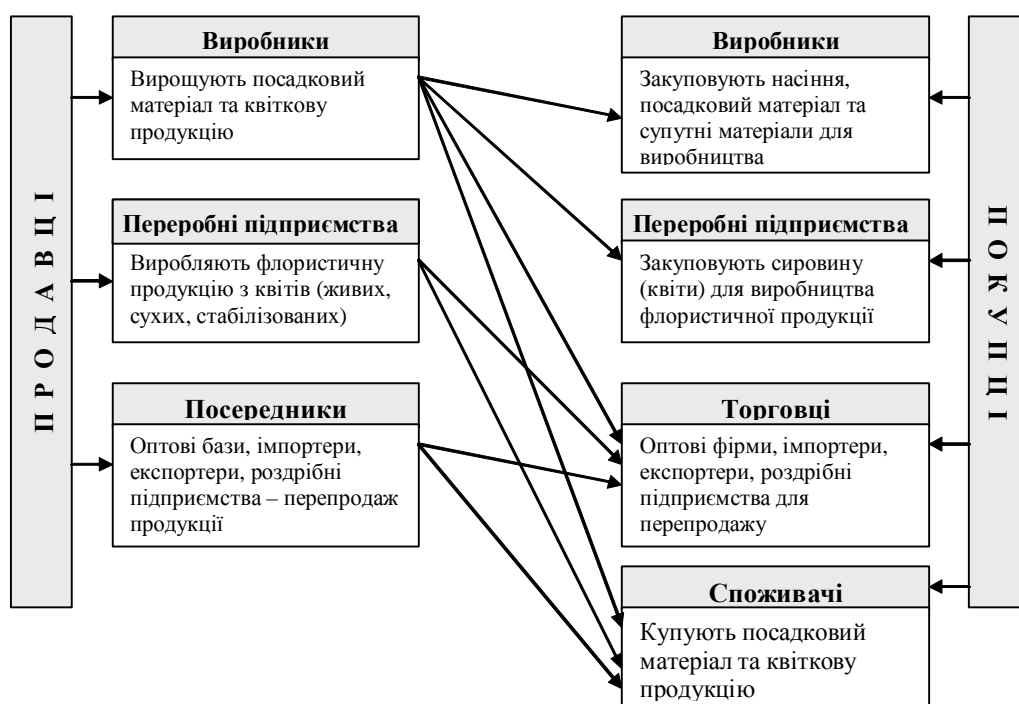


Рис. 2. Взаємозв'язки основних учасників ринку продукції квітництва

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, довжини 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; 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".

Підрахувати кількість дрібних суб'єктів ринку квітництва практично неможливо, тому що вони офіційно не декларують виробництво, працюючи здебільшого у формі особистих селянських господарств. З огляду на це в українській галузі квітництва основна проблема – 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 того, новий Податковий кодекс [3] обмежує права квітників 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 імпорту квітів.

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

Іншою проблемою вирощування конкурентоздатної квіткової продукції є порушення агротехнологій: складу субстратів, якості насіння і посадкового матеріалу, температурного режиму, вологості, вмісту в повітрі вуглекислого газу (CO₂), графіків обробки хімічними препаратами, живлення тощо. Українські квітники використовують у виробництві ґрунт національних виробників, а посадковий матеріал – переважно імпортований з Голландії, Польщі, Бельгії, Іспанії, Нідерландів, що значно підвищує собівартість готової продукції та залежність від якості роботи імпортерів.

Стабільний розвиток квітникарства 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]: так, після висаджування троянду безперервно збирають вже через 3 місяці, а герберу – лише через 2 роки після висаджування. Рентабельність вирощування троянди, за оцінками експертів галузі, сягає 30%. Крім того, для квітникарства характерна тривала постійність території насаджень від моменту їхнього закладення до кінця періоду використання.

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

Особливості галузі квітникарства 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 термінів 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 просто зів'яне. Крім того, на квіти, як і на одяг, існує мода, а вона дуже мінлива. Наприклад, в останні роки різко зменшився попит на гвоздики, з огляду на це виробники в Ізраїлі і Кенії зазнають великих збитків, а голландський аукціон оголошував у 2010 р. гвоздику квіткою року. В Україні найпопулярнішою квіткою залишається троянда (70% ринку) [6]. Навесні споживачі все більше віддають перевагу тюльпанам та іншим цибулевим квітам. Найбільш модним кольором за останніх два роки є біло-зелений та особливим попитом користуються муарові, дво- або триколірні квіти. В 2010 р. на Міжнародній спеціалізованій виставці з квіткового бізнесу, садівництва, ландшафтного дизайну і флористики 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 здебільшого 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 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 квітникарства 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 того, у віддалених від центру містах є багато флористів-дизайнерів, які мають неординарне мислення і прагнуть працювати нестандартно. Тому, вважаємо, 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 постійний. Споживачі планують купівлю квітів тільки на свята, в інший час квіткова торгівля, як жодна інша, негайна. Наприклад, покупець проходить повз квітковий салон, бачить красиву рослину, тому існує велика ймовірність, що він її купить, хоча до цього не збирався цього робити. Враховуючи перераховані 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 в квартирі, 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, різноманітних 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 тощо, навіть плаття, шпилька чи краватка-метелик виконуються з квітів. Можна складати комбіновані букети і квіткові кошики: 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 (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 т. ч. додаткового) та валових доходів, покращуються інші показники господарської діяльності [7].

Характерною особливістю розвитку сучасного вітчизняного квіткарства за категоріями господарств та підприємств є гнучка система ціноутворення. Ціновий рівень на зрізану та горщиківу квітково-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, а при

аранжуванні букета до його ціни включається і вартість роботи дизайнера-флориста. Є ще й третій шлях: покупець добирає необхідну кількість і певні сорти квітів, флористичну губку, в якій квіти зберігаються набагато довше, і створює букет самостійно. Цей метод є активним, тому що споживачі залучаються до процесу створення композиції, розвивають свої естетичні смаки та навички; він дуже поширений за кордоном. Використання таких методів дає змогу задовольнити попит всіх споживачів залежно від їх платоспроможного попиту.

Таблиця 1

Характеристика специфічних послуг квіткового бізнесу

Послуга	Характеристика послуги
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 найкоротший.
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 принесе значно більше позитивних емоцій.
Голографічні наклейки	Такі наклейки неможливо виготовити на звичайному принтері, необхідне спеціальне голографічне обладнання. Перед нанесенням наклейки не потребують контакту з водою, їх можна вкладати навіть всередину квітів, роблячи приємні та несподівані сюрпризи для їх отримувачів.
Flower Tattoo – квіткове тату	Технологія нанесення візерунків у стилі тату на пелюстки будь-яких живих квітів.
Flower Piercing – квітковий пірсінг	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 сухоцвітів.
Flash Flower Квіткові флеш-вкладиші	Нова унікальна технологія виробництва мініатюрних флеш-вкладишів, що поміщаються 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 приємно 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 побажати щастя і здоров'я на квітці. 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 ієрогліф. А дізнатися, що він означає власникові квітки допоможе невелика листівочка, що додається до квітки.

Продовження таблиці 1

Листівки для квітів	Оформлення листівок з тематичними поздоровленнями до букета квітів.
Послуги з пакування квітів	Послуги з пакування квітів користуються значним 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.
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.
Дистанційні привітання квітами	Доставка квітів клієнту на основі попереднього замовлення, коли замовник сам не має змоги 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, дитячих свят, похоронних 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.
Квіткова реклама	Виготовлення рекламних засобів з живих та горщиків квітів.

Примітка. Сформовано автором.

Для ринку квітництва характерні низька поінформованість споживачів щодо асортименту квітково-декоративної продукції, оцінки її якості, способів розмноження, догляду, засобів боротьби зі шкідниками і хворобами тощо та велика довіра до порад кваліфікованих продавців і флористів. З огляду на це, одним із важливих факторів, що впливають на успіх підприємства, є персонал. Проте на даний час в Україні недостатня кількість навчальних закладів готує агрономів і флористів, що призводить до дефіциту таких 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.

Рентабельність квіткового бізнесу залежить від мети та філософії підприємця, його вміння врахувати всі особливості квіткового бізнесу та прорахувати баланс між

купівельною спроможністю і готовністю населення віддати певну суму грошей 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 № 2755-VI розділ XIV, стаття 301.6.1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user>
4. Шестопаль О. М. Проблема інвестицій у створення (відтворення) промислових садів і основні напрями їх вирішення / О. М. Шестопаль // Економіка України. – 2003. – № 10. – С. 47–55.
5. Баюра Д. О. Агропромислова інтеграція у садівництві в умовах формування ринкових відносин / О. Д. Баюра, О. Ю. Єрмаков, О. М. Шестопаль // 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-priietniiy-aromat-ukrayinskih-kvitiv>. – Дата доступу : 09.06.2010
7. Аполій В. В. Організація торгівлі : підруч. / В. В. Аполій, І. П. Міщук; 3-тє вид. – К. : Центр навч. літ-ри, 2009. – 632 с.

Редакція отримала матеріал 18 травня 2012 р.