

Dawid Olewnicki¹
Lilianna Jabłońska²
Karolina Rydzewska³
Joanna Papakul⁴

Samodzielna Pracownia Organizacji i Ekonomiki Ogrodnictwa
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Popyt na kwiaty na przykładzie warszawskich kwiaciarni

The demand for flowers on the example of Warsaw florist

Synopsis. Celem pracy było ukazanie zmian w popycie na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w opinii właścicieli lub pracowników warszawskich kwiaciarni. Przeanalizowano poziom popytu na te produkty, a także określono jak w ciągu ostatnich 5 lat zmieniło się zapotrzebowanie na nie. Zbadano także, czy istnieje zbieżność korelacyjna pomiędzy wielkością kwiaciarni oraz okresem ich funkcjonowania, a odczuciami właścicieli i pracowników tych punktów co do poziomu istniejącego popytu. Z przeprowadzonych analiz wynika, że w znacznej części kwiaciarni zaobserwowano spadek popytu na kwiaty w ciągu ostatnich 5 lat, który szczególnie dotyczy roślin doniczkowych ozdobnych z liści. Spadek popytu odczuwały zarówno kwiaciarnie małe jak i duże, chociaż te drugie w mniejszym stopniu. Biorąc natomiast pod uwagę okres prowadzenia kwiaciarni, obiekty młodsze odczuwały większy popyt na kwiaty niż te stosunkowo dłużej działające.

Słowa kluczowe: popyt, kwiaciarnia, kwiaty cięte, rośliny doniczkowe

Abstract. The aim of this paper was to show the changes in the demand for cut flowers and pot plants in the opinion of the owners or employees of Warsaw florist. A convergence of the correlation between the size of a florist and the period of their activity have been analyzed, as well the opinions of the respondents about the level of existing demand. The study shows that a large part of the florist feel a decrease in the demand for ornamental plants in the last five years, which particularly concerns the ornamental pot plants with leaves. The decline in demand for this products is observed in both small and large florists although the latter on a smaller level. The research also shows that demand in younger shops is greater than in older.

Key words: demand, florist, cut flowers, pot plants

Wstęp

Postępujący proces globalizacji oraz rozwój dużych sieci handlowych i wielkopowierzchniowych galerii sklepowych, przyczyniają się wyraźne do istotnych zmian w każdej gałęzi handlu detalicznego. Takie zmiany obserwuje się również w handlu detalicznym roślinami ozdobnymi, ale ich przebieg jest różny w różnych krajach. Na przykład udział supermarketów w sprzedaży kwiatów ciętych w 2003 roku wynosił w Anglii aż 64%, w Danii 46%, w USA 36%, a we Francji i Niemczech tylko 14-15% [Wijnands 2005]. W Japonii udział supermarketów w rynku kwiatów ciętych wzrósł

¹ Dr inż., e-mail: dawid_olewnicki@sggw.pl

² Prof. dr hab., e-mail: lilianna_jablonska@sggw.pl

³ inż., e-mail: joanna.papakul@gmail.com

⁴ inż., e-mail: karolina.rydzewska@hotmail.com

w latach 1991-97 z 8% do 12%. Jak wynika z analiz rynkowych, rola „masowego” rynku detalicznego będzie dalej rosła, przy rosnącym popycie na kwiaty [Industry.. 2003, Wijnands 2005, Mendez 1991, Cut..2011].

W Polsce w pierwszej połowie minionej dekady detaliczna sprzedaż kwiatów odbywała się głównie przez kwaciarnie. Według Jabłońskiej [2007] w latach 2003-2005 kwaciarnie realizowały 81% całkowitej sprzedaży kwiatów ciętych oraz 76% roślin doniczkowych. Rola supermarketów była marginalna, szczególnie w przypadku kwiatów ciętych, których sprzedawały jedynie 0,3%. O wiele większe znaczenie miał handel uliczny, którego udział w sprzedaży detalicznej kwiatów ciętych szacowany był na 17%, ale w przypadku roślin doniczkowych jedynie na 0,5%. Ze względu na brak badań o zasięgu ogólnokrajowym, stosunkowo trudno określić obecne znaczenie kwaciarni w sprzedaży detalicznej na polskim rynku. Z badań o mniejszym zasięgu, prowadzonych m.in. przez Perzyńską [2007], Ragan [2012], Fijałkowską [2013], rola kwaciarni w dystrybucji systematycznie się zmniejsza, przy jednoczesnym, jak zaznaczają Olewnicki [2011] oraz Jabłońska i współautorzy [2013], generalnym wzroście popytu na rośliny ozdobne. Malejący popyt na rośliny ozdobne w kwaciarniach będzie z pewnością powodował spadek ich liczby. Celem niniejszego artykułu było zweryfikowanie hipotezy o malejącym popycie na rośliny ozdobne w kwaciarniach, poprzez analizę oceny zmian w popycie dokonanej przez właścicieli i pracowników wybranych kwaciarni na terenie Warszawy. W pracy brano pod uwagę opinie dotyczące obecnego popytu na poszczególne grupy roślin ozdobnych, jak i odczucia dotyczące zmian w popycie w ciągu ostatnich 5 lat.

Materiały i metody

Zmiany w popycie na kwiaty określono na podstawie badań ankietowych, wykonanych w 2012 i 2013 roku w kwaciarniach położonych na terenie wszystkich dzielnic Warszawy. Ze względu na największe skupienie urzędów i instytucji w dzielnicach centralnych Warszawy, które w dużej mierze generują popyt w kwaciarniach (poza mieszkańcami), w każdej z następujących dzielnic: Śródmieście, Mokotów, Ochota i Wola, przebadanych zostało po 5 kwaciarni, natomiast w pozostałych dzielnicach po 4 kwaciarnie, co dało łączną liczbę 76 kwaciarni w całej Warszawie. Po merytorycznej analizie zebranego materiału, pod uwagę wzięto 69 ankiet.

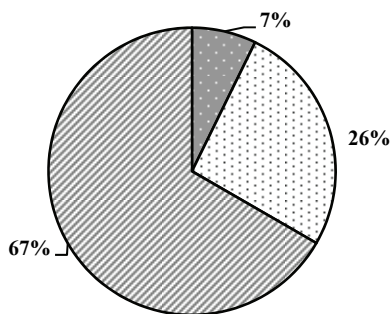
Wypełnione kwestionariusze ankietowe opracowano metodami matematyczno-statystycznymi. Zastosowano narzędzia, techniki i metody wielowymiarowej analizy porównawczej, a także statystycznej analizy wielowymiarowej uwzględniające metody statystyki opisowej, analiz zależności i metod grupowania. Poza ogólną analizą poziomu popytu i jego zmian, zbadano także czy istnieje zbieżność korelacyjna pomiędzy wielkością kwaciarni oraz okresem ich działalności, a odczuciami właścicieli i pracowników tych obiektów co do stopnia istniejącego popytu. Podstawą do tych badań było założenie, że popyt na rośliny ozdobne powinien być wyżej oceniany przez właścicieli kwaciarni o większej powierzchni i dłuższym okresie funkcjonowania. Ci pierwsi mają większe możliwości posiadania szerokiej oferty roślin, natomiast ci drudzy mają większe doświadczenie, posiadają wyrobioną markę oraz stałych klientów. W celu przejrzystego i syntetycznego przedstawienia oceny właścicieli i pracowników kwaciarni co do panującego obecnie popytu w zależności od okresu prowadzenia kwaciarni, ustanowiono

następujące trzy szeregi rozdzielcze przedziałowe: okres sprzedaży do 10 lat, od 11 do 20 lat oraz powyżej 20 lat.

W związku z tym, iż powierzchnia kwiaciarni oraz okres ich funkcjonowania są cechami ilościowymi, natomiast odczucie dotyczące popytu cechą jakościową, w analizach wykorzystano metody statystyki chi-kwadrat. W celu zbadania powyższych zależności określono trzy współczynniki kontyngencji: współczynnik ϕ Yula, współczynnik T Czuprowa oraz współczynnik kontyngencji P Pearsona. W pracy wykorzystano również dane i materiały wtórne, pochodzące z publikacji naukowych oraz prac dyplomowych, których zakres badań obejmował podobną tematykę.

Poziom popytu na kwiaty, a wybrane charakterystyki kwiaciarni

Wielkość obiektu, w którym prowadzona jest sprzedaż ma szczególnie istotne znaczenie biorąc pod uwagę chęć zapewnienia klientom odpowiedniej ilości różnorodnego asortymentu oraz sprawnej organizacji sprzedaży. Jak wynika z przeprowadzonych analiz 67% badanych kwiaciarni to obiekty zajmujące powierzchnię powyżej 20 m². Ponad 1/4 z nich to obiekty mniejsze, od 11 do 20 m², natomiast kwiaciarnie o powierzchni do 10 m² stanowiły 7% (rys. 1). Przeprowadzone badania pozwoliły również wskazać stopień wyposażenia kwiaciarni w urządzenia wspomagające handel, w tym obecność chłodni lub przechowalni umożliwiającej przechowywanie kwiatów ciętych w odpowiedniej temperaturze, gwarantującej dłuższą ich trwałość i wysoką jakość. Jedynie 35% spośród wszystkich badanych punktów detalicznych posiadało chłodnię lub przechowalnię, przy czym znaczna ich część to obiekty o powierzchni powyżej 20 m².

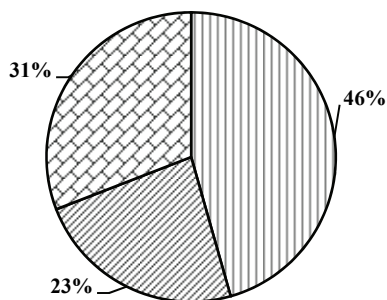


Rys 1. Struktura powierzchni badanych kwiaciarni (w %)

Fig. 1. The surface structure of the analyzed florist (in %)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Wśród badanych kwiaciarni zaobserwowano wyraźne zróżnicowanie pod względem okresu ich działalności. Prawie połowa wszystkich ankietowanych kwiaciarni to obiekty prowadzące działalność do 10 lat, natomiast kwiaciarnie prowadzące sprzedaż od 11 do 20 lat stanowiły prawie 1/4. Warto zaznaczyć, że prawie 1/3 wszystkich badanych punktów detalicznych prowadzi działalność powyżej 20 lat (rys. 2).



Rys. 2. Struktura kwiaciarni pod względem okresu działalności (w %)

Fig. 2. The structure of a florist in terms of the period of activity (in %)

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Z przeprowadzonych badań wynika, że ponad 60% badanych kwiaciarni ocenia obecny popyt na kwiaty cięte jako średni, a niecałe 30% zaś jako duży lub bardzo duży. Jedynie 10% łącznie uważa, że popyt na te produkty jest mały bądź bardzo mały. Żaden z właścicieli lub pracowników kwiaciarni nie zaobserwował natomiast bardzo dużego popytu na kwiaty doniczkowe ozdobne z liści. Jedynie 8% z nich uważa iż popyt na te artykuły jest duży. Niemal połowa ankietowanych jest zdania, że popyt na ten asortyment jest średni, natomiast 29%, że mały. Podobnie przedstawia się obecnie popyt na rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów. Jedynie 1% uważa iż popyt na te artykuły jest bardzo duży, natomiast aż 65% ankietowanych uważa, że popyt na te produkty jest mały bądź średni. Należy jednak podkreślić iż 28% respondentów wskazało, iż popyt na ten asortyment jest nadal duży (tab. 1).

Tabela 1. Opinie właścicieli i pracowników kwiaciarni dotyczące poziomu popytu na kwiaty (w % respondentów)

Table 1. The level of demand for ornamental plants in the opinion of the florist owners and employees (in % of respondents)

Wyszczególnienie	Rodzaj popytu (w %)					suma wskazań =100%
	bardzo duży	duży	średni	mały	bardzo mały	
Kwiaty cięte	7	22	61	6	4	100
Rośliny doniczkowe ozdobne z liści	0	8	46	29	17	100
Rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów	1	28	51	14	6	100

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Przeprowadzone badania wskazują, że żadna z kwiaciarni do 10 m² nie odczuwa bardzo dużego popytu na kwiaty cięte, zaś w następnej grupie kwiaciarni o powierzchni od 11 do 20 m² aż 11% respondentów wskazało na bardzo duży popyt, a w przypadku kwiaciarni powyżej 20m² – 8%. Duży bądź średni popyt odczuwa łącznie 60% kwiaciarni o powierzchni do 10 m², zaś w przypadku kwiaciarni powyżej 20m², aż 86%. Należy podkreślić, że 40% kwiaciarni najmniejszych i jedynie 6% kwiaciarni największych

odczuwa mały i bardzo mały popyt na kwiaty cięte. Nieco inaczej przedstawia się sytuacja, jeżeli weźmiemy pod uwagę kwiaty doniczkowe ozdobne z liści. Jak już zaznaczono, żadna z badanych kwiaciarni nie odczuwa bardzo dużego popytu na ten asortyment. Duży popyt odczuwa natomiast 20% kwiaciarni o powierzchni do 10m² i tylko 7% o powierzchni powyżej 20 m². Najwięcej kwiaciarni ze wszystkich grup ocenia popyt na rośliny doniczkowe ozdobne z liści jako średni i mały. Tak wskazało prawie 80% kwiaciarni o powierzchni powyżej 11m² oraz 60% kwiaciarni o powierzchni do 10 m². Nieco większy popyt odczuwają natomiast kwiaciarnie na rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów. Wśród kwiaciarni najmniejszych, aż 60% ocenia obecny popyt na ten asortyment jako duży bądź średni. Również takie odczucia dotyczące popytu ma ponad 3/4 kwiaciarni o powierzchni 11-20 m² oraz aż 81% kwiaciarni największych (tab. 2). Wynika więc z tego, iż generalnie w przypadku kwiatów ciętych oraz roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów, właściciele bądź pracownicy większych obiektów pozytywniej oceniają obecny popyt na ten asortyment niż w przypadku kwiatów doniczkowych ozdobnych z liści. Jak podkreślają kwiaciarze, jest to spowodowane tym, iż jakość kwiatów ciętych oraz roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów jest nieporównywalnie lepsza w ich obiektach niż np. hipermarketach.

Tabela 2. Opinie właścicieli i pracowników kwiaciarni dotyczące poziomu popytu na kwiaty, w zależności od wielkości danego obiektu (w % respondentów)

Table 2. The level of demand for ornamental plants in the opinion of the florist owners and employees in view of the size of the object (in % of respondents)

Wyszczególnienie		Rodzaj popytu (w %)					suma wskazań =100%
		bardzo duży	duży	średni	mały	bardzo mały	
Kwiaty cięte	do 10m ²	0	20	40	20	20	100
	11 do 20 m ²	11	11	61	11	6	100
	powyżej 20 m ²	8	8	78	3	3	100
Rośliny doniczkowe ozdobne z liści	do 10m ²	0	20	20	40	20	100
	11 do 20 m ²	0	6	44	25	25	100
	powyżej 20 m ²	0	7	50	29	14	100
Rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów	do 10m ²	0	20	40	20	20	100
	11 do 20 m ²	6	18	58	12	6	100
	powyżej 20 m ²	0	33	48	14	5	100

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Wnioski wysunięte na podstawie analizy wskaźnikowej zostały potwierdzone wynikami analizy zbieżności korelacyjnej. Wszystkie wyznaczone współczynniki kontyngencji, przyjęły niskie wartości, poniżej 0,40, co zgodnie z teorią siły korelacji, świadczy o słabej kontyngencji między badanymi cechami (tab. 3). Można zatem przypuszczać, że wielkość kwiaciarni i możliwość większego wyboru, nie ma dla klientów aż tak istotnego znaczenia, gdyż generalnie zarówno kwiaciarnie małe jak i duże odczuwają porównywalny stopień popytu. Potwierdza to wnioski z badań Fijałkowskiej [2013], że przy wyborze roślin ozdobnych w kwiaciarniach konsumenci kierują się przede wszystkim ceną oraz własnymi upodobaniami. Nieznacznie mniejszy wpływ na zakup roślin przez

konsumentów ma trwałość kwiatów oraz doradztwo florysty, natomiast najmniejsze znaczenie w tym przypadku ma moda.

Tabela 3. Zbieżność korelacyjna odczuwanego poziomu popytu na kwiaty w zależności od wielkości danego obiektu (wyrażona współczynnikami kontyngencji)

Table 3. The level of demand for ornamental plants, according to the size of the object (expressed by contingency factors)

Wyszczególnienie	Wartość współczynnika kontyngencji w poszczególnych grupach		
	kwiaty cięte	rośliny doniczkowe ozdobne z liści	rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów
współczynnik ϕ Yula	0,36	0,21	0,30
współczynnik T Czuprowa	0,21	0,12	0,18
współczynnik kontyngencji P Pearsona	0,33	0,21	0,29

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Z przeprowadzonych analiz wynika, że znaczna część kwiaciarni, szczególnie prowadzących działalność powyżej 10 lat, ocenia obecnie popyt na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów jako średni. Natomiast wśród właścicieli i pracowników kwiaciarni młodszych (do 10 lat) stosunkowo duża grupa określa popyt na ten asortyment jako duży, na co wskazało odpowiednio 32% i 40% omawianych sklepów. Im dłuższe doświadczenie w sprzedaży tym popyt na kwiaty cięte oceniany jest jako niższy. Jak już zostało to opisane wcześniej, wszystkie kwiaciarnie stosunkowo gorzej oceniają popyt na rośliny doniczkowe ozdobne z liści. Mając na uwadze okres funkcjonowania sprzedaży, popyt na ten asortyment jako mały lub bardzo mały oceniło 33% kwiaciarni najmłodszych, 54% kwiaciarni funkcjonujących od 11 do 20 lat i 55% kwiaciarni prowadzących działalność powyżej 20 lat (tab. 4).

Tabela 4. Opinie właścicieli kwiaciarni dotyczące poziomu popytu na kwiaty, w zależności od czasu prowadzenia kwiaciarni (w % respondentów)

Table 4. The level of the demand for flowers in the opinion of the florist owners and employees regarding to the period of activity (in % of respondents)

Wyszczególnienie		Rodzaj popytu (w %)					suma wskazań =100%
		bardzo duży	duży	średni	mały	bardzo mały	
Kwiaty cięte	do 10 lat	16	32	42	10	0	100
	11 do 20 lat	0	25	69	0	6	100
	powyżej 20 lat	0	5	80	5	10	100
Rośliny doniczkowe ozdobne z liści	do 10 lat	0	13	54	20	13	100
	11 do 20 lat	0	0	46	39	15	100
	powyżej 20 lat	0	6	39	28	27	100
Rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów	do 10 lat	3	40	47	10	0	100
	11 do 20 lat	0	29	50	7	14	100
	powyżej 20 lat	0	5	63	21	11	100

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Z powyższej analizy wynika, że inaczej niż w przypadku związku powierzchni kwaciarni oraz poziomu odczuwanego w nich popytu, przedstawia się współzależność poziomu popytu od czasu prowadzenia kwaciarni. Tę ostatnią współzależność należy uznać jako umiarkowaną, szczególnie w przypadku kwiatów ciętych i roślin doniczkowych ozdobnych z kwiatów. Chociaż współczynnik kontyngencji T Czuporowa wyniósł $T=0,29$, to jednak współczynniki ϕ Yula oraz P Pearsona wyniosły odpowiednio $\phi =0,51$ oraz $P=0,44$, co pozwala na wysunięcie takich wniosków (tab. 5). Jak wynika ze specyfiki współczynników kontyngencji, nie informują one w badaniach cech jakościowych o kierunku badanej zależności, jednak na podstawie wcześniejszych analiz wskaźników procentowych można wyciągnąć wnioski, że stosunkowo młodsze kwaciarnie odczuwają jednak większy popyt na poszczególne grupy kwiatów.

Tabela 5. Zbieżność korelacyjna odczuwanego poziomu popytu na rośliny ozdobne w zależności od czasu prowadzenia kwaciarni (wyrażona współczynnikami kontyngencji)

Table 5. The level of the demand for ornamental plants, depending on the period of activity (expressed by contingency factors)

Wyszczególnienie	Wartość współczynnika kontyngencji w poszczególnych grupach		
	kwiaty cięte	rośliny doniczkowe ozdobne z liści	rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów
współczynnik ϕ Yula	0,51	0,29	0,44
współczynnik T Czuprowa	0,30	0,17	0,26
współczynnik kontyngencji P Pearsona	0,45	0,28	0,40

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Poza oceną aktualnego poziomu popytu, istotnym jest zbadanie opinii kwaciarzy na temat skali jego zmian w ciągu ostatnich 5 lat. Pytanie o te zmiany skierowano do właścicieli prowadzących działalność przynajmniej przez ten okres. W przypadku kwiatów ciętych, 70% właścicieli i pracowników badanych kwaciarni oceniło, iż popyt na ten asortyment w ich obiektach zmalał, w tym aż 42% uważa, że istotnie, natomiast 28%, że nieznacznie. Jedynie 18% podkreślało, iż popyt nie zmienił się, a tylko 7% iż wzrósł istotnie. Bardzo wyraźne zmiany widać natomiast w popycie na rośliny doniczkowe ozdobne z liści. Ponad 3/4 ankietowanych zauważyło, że popyt na ten asortyment zmalał, w tym ponad połowa uznała spadek za istotny, a 1/4 za nieznaczny. Jedynie 6% respondentów odczuło wzrost popytu na te rośliny, w tym tylko 2% zwróciło uwagę na istotny jego wzrost (tab. 6).

Podobnie, jak to miało miejsce w przypadku kwiatów ciętych, około 3/4 kwaciarzy zaobserwowało spadek popytu na rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów, w tym 40% odczuło istotny spadek. Należy jednak podkreślić, że niewielka grupa (9%) zauważyła nieznaczny wzrost popytu na ten asortyment, a 15% podkreśla, że popyt na te produkty nie zmienił się (tab. 5). Na podstawie przeprowadzonych analiz można wywnioskować, że spośród omawianych grup roślin, spadek popytu w najmniejszym stopniu dotknął kwiaty cięte, a w następnej kolejności rośliny doniczkowe ozdobne z kwiatów. Najsilniej zmniejszył się natomiast popyt na rośliny doniczkowe ozdobne z liści.

Tabela 6. Zmiana popytu na kwiaty w ciągu ostatnich 5 lat w opinii właścicieli i pracowników warszawskich kwiaciarni (w % respondentów)

Table 6. Changes in the demand for ornamental plants in the last five years in the opinion of the owners and employees of Warsaw florist (in % of respondents)

Wyszczególnienie	Zmiana popytu (w %)					suma wskazań =100%
	wzrósł istotnie	wzrósł nieznacznie	nie zmienił się	zmalął nieznacznie	zmalął istotnie	
kwiaty cięte	7	5	18	28	42	100
rośliny doniczkowe: ozdobne z liści	2	4	16	25	53	100
ozdobne z kwiatów	2	9	15	34	40	100

Źródło: Opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Podsumowanie i wnioski

Przeprowadzone badania potwierdzają postawioną hipotezę o generalnym spadku popytu na rośliny ozdobne w kwiaciarniach. Znaczna część kwiaciarni wyraźnie zaobserwowała spadek popytu na kwiaty w ciągu ostatnich 5 lat, który szczególnie dotyczy roślin doniczkowych ozdobnych z liści. Ponad połowa ankietowanych uważa, że spadek ten jest istotny. Jak wynika z przeprowadzonych badań, spadek popytu odczuwają zarówno kwiaciarnie małe jak i duże, chociaż te drugie w mniejszym stopniu. Zależność ta nie jest jednak istotna statystycznie. Nieco inaczej natomiast wygląda sytuacja, gdy pod uwagę zostanie wzięty czas funkcjonowania kwiaciarni. Z przeprowadzonych badań wynika, że kwiaciarnie funkcjonujące do 10 lat odczuwają większy popyt na kwiaty, szczególnie cięte, niż kwiaciarnie prowadzące sprzedaż dłużej, zwłaszcza powyżej 20 lat. Analizy korelacji wykazały umiarkowaną współzależność powyższych dwóch cech. Współczynniki zbieżności korelacyjnej ϕ Yula oraz P Pearsona wyniosły w przypadku kwiatów ciętych odpowiednio $\phi = 0,51$ oraz $P = 0,44$. Można więc przypuszczać, że na warszawskim rynku kwiaciarskim, doświadczenie właścicieli kwiaciarni oraz marka, a także przywiązanie stałych klientów, wynikające z czasu prowadzenia sprzedaży kwiatów mają mniejsze znaczenie, niż inne czynniki generujące popyt. Do takich czynników mogą należeć: lepsza lokalizacja stosunkowo nowszych kwiaciarni, czy innowacyjność i kreatywność właścicieli tych obiektów. Wymaga to jednak osobnych analiz przekraczających ramy tego opracowania.

Bibliografia

- Cut Flowers. Guidebook for Export to Japan [2011]. [tryb dostępu:] www.jetro.go.jp/en/reports/market/ [data odczytu: 2012].
- Fijałkowska E. [2013]: Kwiaciarnia jako miejsce zakupu roślin ozdobnych na różne uroczystości. Praca inżynierska, SGGW w Warszawie.
- Industry Trade Summary – cut flowers [2003]. United States International Trade Commission. [tryb dostępu:] www.usitc.gov/publications/332/pub3580.pdf [data odczytu: 2011].

- Jabłońska L. [2007]: Ekonomiczne aspekty rozwoju sektora kwaciarskiego w Polsce. Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- Jabłońska L., Ragan M., Olewnicki D. [2013]: Popyt na kwiaty cięte i doniczkowe oraz jego determinanty - przypadek Warszawy. Roczniki Naukowe SERiA t. XV z. 1, s. 60-66
- Mendez J.A. [1991]: The Development of the Colombian Cut Flower industry. The World Bank. [tryb dostępu:] www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/ [data odczytu: 2010].
- Olewnicki D. [2011]: Przemiany w gospodarce ogrodniczej w Polsce w latach 1965-2008 oraz perspektywy jej rozwoju. Praca doktorska SGGW, Warszawa.
- Ragan M. [2012]: Popyt na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w Warszawie w 2011 roku z uwzględnieniem preferencji konsumentów. Praca magisterska, SGGW w Warszawie.
- Perzyńska K. [2007]: Zmiany w popycie na kwiaty cięte i rośliny doniczkowe w ostatnich 20 latach w Polsce. Praca inżynierska, SGGW w Warszawie.
- Wijnands J. [2005]. Sustainable International Networks in the Flower Industry. Bridging Empirical Findings and Theoretical Approaches. Scripta Horticulturae 2. International Society for Horticultural Science. Belgium. [tryb dostępu:] www.actahort.org/chronica/pdf/sh_2.pdf.