

**PROIECTUL „GRĂDINA DE TRANDAFIRI A IULITEI”.
ASPECTE MANAGERIALE ȘI CONDIȚII LEGISLATIVE ACTUALE**

**Mariana Rodica ȚÎRLEA¹, doctor, conferențiar universitar,
Universitatea Creștină „Dimitrie Cantemir”, București, România
Iulita BÎRCĂ², cercetător științific,
Institutul Național de Cercetări Economice, Republica Moldova**

Primăvara dă foc naturii cu trandafiri, afirma Victor Hugo. Viața este un trandafir, fiecare petală este o iluzie și fiecare spin e o realitate, spunea Alfred de Musset. În viziunea lui Antoine de Saint-Exupery: Omul cultivă o mie de trandafiri fără să găsească lucrul pe care îl caută, când de fapt l-ar putea găsi într-un singur trandafir. Din perspectiva lui Oscar Wilde: Un trandafir roșu nu este egoist doar pentru că vrea să fie el trandafir roșu. Ar fi egoist dacă ar dori ca toate florile din grădină să fie roșii și toate să fie trandafiri. Nu parfuma trandafirul înmiresmat, afirma Pitagora. Ca urmare, trandafirul are semnificații multiple. Proiectul intitulat „Grădina de trandafiri a Iulitei” urmărește realizarea producției de trandafiri în mediu rural, având ca obiectiv fundamental creșterea cifrei de afaceri prin îmbunătățirea poziției pe piață și cucerirea poziției de leader pe piață prin relația calitate-preț prin prelucrarea și procesarea florilor, bazat pe cunoașterea cadrului legal național armonizat cu legislația europeană în vigoare și managementul agricol.

Cuvinte-cheie: proiect, managementul proiectului, selecția soiului, producție de trandafiri, întreținerea culturii de trandafir, fonduri nerambursabile, sustenabilitate, cadrul legal, standarde europene.

Spring fires nature with roses, said Victor Hugo. Life is a rose, every petal is an illusion and every thorn is a reality, said Alfred de Musset. In the vision of Antoine de Saint-Exupery: The man cultivates a thousand of roses without finding the thing he is looking for, when in fact he could find it in one rose. From Oscar Wilde's perspective: A red rose is not selfish just because it wants to be a red rose. It would be selfish if it wanted all the flowers in the garden to be red and all to be roses. Do not perfume the scented rose, said Pythagoras. As a result, the rose has multiple meanings. The project entitled "The garden of roses of Iulita" aims to sell the production of roses in the rural environment, having as fundamental objective the increase of the turnover by improving the position on the market and conquering the position of market leader through the relation quality-price through the manufacturing and processing of flowers, based on the knowledge of the national legal framework harmonized with the European legislation in force and agricultural management.

Keywords: project, project management, variety selection, production of roses, maintenance of rose culture, non-reimbursable funds, sustainability, legal framework, European standards.

JEL Clasificassion: M10, M19, O22.

I. Aspecte privind managementul exploatației agricole de trandafiri

Pentru trandafirul cu destinația pentru dulceață, specializarea acestuia presupune selecția și dezvoltarea acestui produs până la nivelul valorilor economico-financiare scontate. Pornind de la teoria Kotler&Keller, care susțin că în inima unui brand puternic se află un produs excepțional, în cazul nostru trandafirul reprezintă produsul de bază care ocupă locul central.

Pentru a aduce produsul nostru la stadiul de produs excepțional trebuie să asigurăm un management de calitate atât la nivelul microîntreprinderii, cât și la nivel de proiect și de produs asigurat printr-un sistem decizional argumentat și corect.

Sistemul decizional presupune cunoaștere și luare de decizii în cunoștință de cauză raportate în permanență la stadiile concrete de dezvoltare la nivelul microîntreprinderii, la nivelul proiectului, cât și la nivelul produsului, concretizate în decizii clare și pertinente atât pe verticală, cât și pe orizontală.

a). La nivelul microîntreprinderii, managementul general vizează:

- organizare, ținând cont de:
 - ✓ vârsta firmei;
 - ✓ dimensiunea firmei;

¹© Mariana Rodica ȚÎRLEA, rodicatirlea10@yahoo.ro

² © Iulita BÎRCĂ, bircaulita@mail.ru

- ✓ mediul intern;
- ✓ mediul extern;
- ✓ tehnologia existentă la nivelul firmei.
- concepție și strategie;
- tehnologia de producție;
- planificare;
- prognozare;
- coordonare;
- comandă;
- control;
- evaluarea rezultatelor obținute;
- compararea rezultatelor obținute cu baremurile propuse spre realizare;
- strategii de dezvoltare;
- strategii de acțiune;
- stabilirea scopurilor;
- stabilirea țintei;
- predicții;
- prognoze de dezvoltare pe intervale de timp;
- studii;
- cercetări în domeniu;
- planificare strategică în care să activeze atributele fundamentale ale planificării și caracteristicile de bază ale strategiei, cât și aspecte legate de istoricul firmei și de riscuri;
- studierea variantelor posibile de punere în practică.

Pentru a putea răspunde cerințelor manageriale, decidenții trebuie să cunoască fluxurile de schimb din economie, fluxuri care într-o manieră schematică se prezintă astfel:

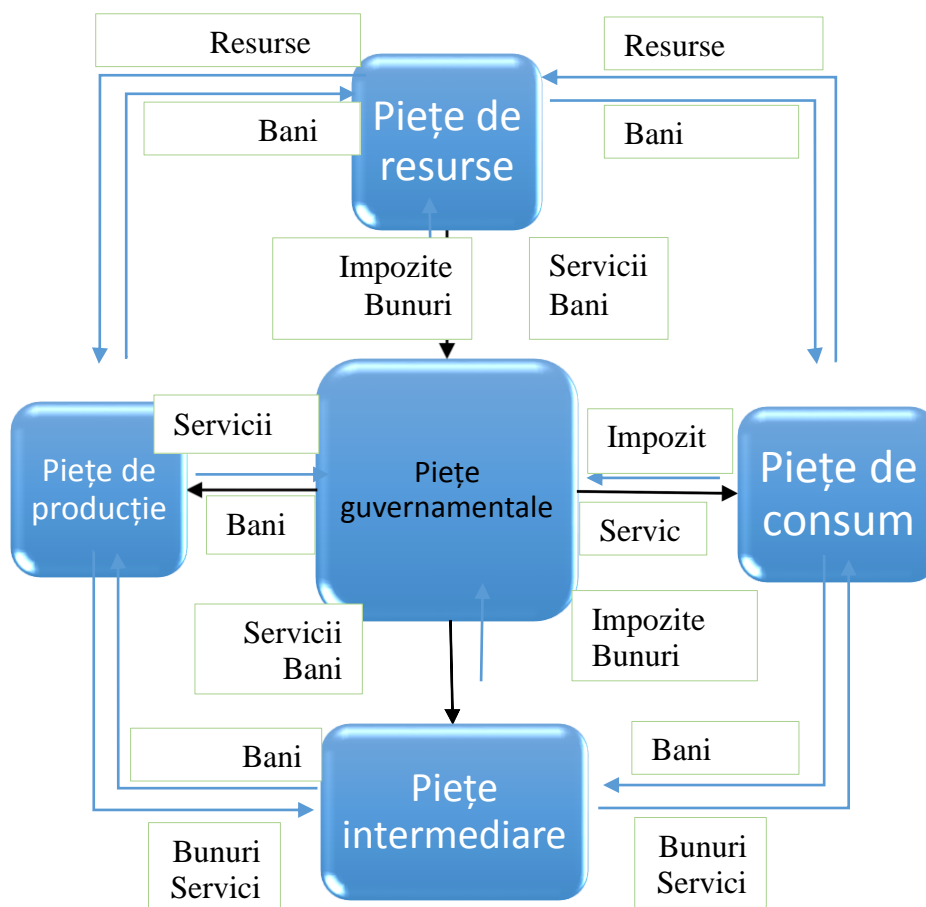


Figura 1. Fluxurile de schimb din economie

Sursa: Kofter & Keller (2014), Managementul Marketingului pag. 22

La nivelul microîntreprinderii, un accent deosebit se pune pe bugetul de vânzări ca suport de construire pentru bugetul de producție.

Un aspect important în managementul agricol al exploatației îl deține optimizarea culturilor în ceea ce privește alegerea speciilor și utilizarea tehnologiei raportat la profitabilitatea fiecărei culturi în sensul maximizării profitului. Ca urmare, trebuie pus accentul pe obținerea producției pe unitatea de produs cu costuri minime, în condițiile utilizării eficiente a resurselor în cadrul condițiilor existente. Acesta presupune cunoașterea, pe de o parte, a tehnologiei în general, cât și cunoașterea fiecărei etape tehnologice a culturii în special. De aici necesitatea de a evidenția planul tehnologic pe cultură, concretizat în: venituri, resurse, lucrări, consumuri. În acest sens, este recomandat a se utiliza pentru evidențiere **fișa tehnologică** la hectar, care are rolul de a reflecta într-o succesiune logică aspectele legate de procesele de muncă, sol, fertilizare, climă, lucrările în succesiunea lor, mașinile utilizate, consumurile de carburanți, consumurile materiale, consumurile cu munca vie, perioada optimă de realizare a lucrărilor, volumul lucrărilor, tipul lucrărilor, tariful pe lucrare, distanțele de transport, costul unitar pe lucrare mecanizată. Scopul final al fișei tehnologice este acela de a oferi urmărirea permanentă și controlul în vederea realizării indicatorilor tehnico-economici planificați.

Conținutul fișei tehnologice se referă la:

- categorii de lucrări:
 - ✓ manuale;
 - ✓ mecanizate.
- lucrări privind pregătirea solului;
- lucrări de plantare;
- lucrări privind întreținerea culturilor;
- prognoze privind producția pe unitate de suprafață de cultura, respectiv producția obținută la un hectar;
- prognoze privind veniturile;
- prognoze privind costurile;
- prognoze privind profitul;
- prognoze privind indicatorii de performanțe.

b). La nivel de produs, managementul se constituie într-un complex de decizii luate cu privire la:

1. soiurile de trandafiri;
2. selectarea soiurilor care să răspundă condițiilor climatice de mediu, cât și nivelului de profitabilitate luat în calcul;
3. tehnologia de cultură a trandafirului;
4. cererea totală a pieței pentru un produs;
5. concepție la nivel de produs.

II. Specializarea exploatației agricole de trandafiri și condiții legislative actuale

Selectarea speciei de trandafiri pentru dulceața de trandafiri s-a bazat pe modul de adaptare la condițiile climatice, de mediu și de sol.

Pentru dulceața de trandafiri în baza cercetărilor noastre privind clima, solul, temperatura din zonă, ne-am oprit asupra speciei *Rosa rugosa*, motivat de faptul că se pretează la condițiile zonale și răspunde așteptărilor noastre deoarece:

- face parte din categoria arbuștilor;
- este rezistentă la boli;
- înflorește din primul an;
- se adaptează la zonele răcoroase;
- este rezistentă la temperaturi negative de până la minus 25 de grade Celsius;
- are un spectru larg de destinație care răspunde dorințelor noastre, pentru:
 - ✓ ornamente;
 - ✓ scopuri comerciale;
 - ✓ decorative;
 - ✓ buchete de trandafiri;
 - ✓ uleiuri;
 - ✓ parfumuri;
 - ✓ dulceață;
 - ✓ siropuri;
 - ✓ șerbeturi;
 - ✓ băuturi dulci; etc.

Cultura trandafirului din gama Rosa rugosa este tipică zonelor răcoroase și umede și are capacitatea de înflorire încă din primul an al plantării sale. Trandafirul Rosa rugosa îl găsim fie în culturi de trandafiri propriu-zise, fie în zona împrejurimilor plantațiilor sau ca și flori ornamentale în rondouri, parcuri și în curțile caselor.

Trandafirul Rosa rugosa este un arbust, un soi rezistent, înțelegând prin acesta faptul că este un soi de trandafir adaptat în zonele cu un climat răcoros, putând suporta temperaturi negative de până la minus 25 grade. Trandafirul Rosa rugosa se cultivă în mod special pentru petalele sale care reprezintă materia primă pentru diverse produse.

Trandafirul dat se prezintă sub forma de tufe înalte și dese, ramurile prezintă spini mari a căror înălțime poate ajunge până la cinci centimetri, cu rădăcini profunde și rezistente, cu frunze mari a căror culoare este un verde închis și lucios, cu capacitate mare de ramificare a căror înălțime, așa cum se prezintă în literatura de specialitate, este cuprinsă între 1 și 2 metri înălțime, pe care această specie de trandafiri o atinge într-un interval de timp de până la șase ani.

Pe crengile trandafirilor cresc lăstarii verzi. Lăstarii trandafirilor din soiul Rosa rugosa sunt de două tipuri:

1. lăstarii ramurilor multianuale;
2. lăstarii ramurilor în vârstă.

Lăstarii ramurilor multianuale au lungimi diferite și pot ajunge până la 60 cm, în schimb lăstarii aflați pe ramificații mai în vârstă pot avea o lungime de până la 25 cm. Atât lăstarii ramurilor multianuale, cât și lăstarii aflați pe ramificații mai în vârstă prezintă și ghimpți de diferite mărimi. Pețiolul este păros și prezintă ghimpți. La baza pețiolului cresc frunze mici verzi. Floarea trandafirului Rosa rugosa este fixată pe pedicele scurte. Caliciul este compus din sepale lungi și înguste cu aspect păros pe partea exterioară. Petalele trandafirului Rosa rugosa sunt fixate pe receptac și diferă ca număr de la o floare la alta.

Corola trandafirilor este catifelată și poate să conțină petale ale căror număr poate fi cuprins în plaja de valori: 15-45 petale/trandafir. Petalele trandafirului Rosa rugosa prezintă un aspect de catifea pe partea interioară și un aspect mat pe cea exterioară, cu porțiuni mici albe în zona fixării. Fructul (măceșa) este mic, sferic sau sferic-alungit, roșu-ruginiu. Inflorescența la soiul Rosa rugosa apare pe muguri și are ca rezultat una sau până la cinci flori de trandafir.

Tehnologia înmulțirii soiului de trandafiri Rosa rugosa se realizează prin drajoni.

Înmulțirea la trandafirul Rosa rugosa este de tip vegetativ. Specific soiului Rosa rugosa este înmulțirea prin drajoni. Această procedură presupune o ședere în pepinieră timp de un an pentru a ajunge la o lungime de 30 cm și rădăcini suficiente pentru fixare.

Plantarea trandafirului Rosa rugosa se realizează în gropi. Lucrările de efectuare a gropilor presupune respectarea anumitor dimensiuni ale acestora în funcție de tipul terenurilor, care pot fi terenuri desfundate și terenuri nedesfundate.

Astfel că:

- în cazul terenurilor desfundate gropile vor avea dimensiunile de 30x30x30 cm;
- în cazul terenurilor nedesfundate gropile vor avea dimensiunile de 40x40x40 cm.

Cu privire la plantarea trandafirului Rosa rugosa, literatura de specialitate face recomandarea pentru plantarea de toamnă a trandafirului de tip Rosa rugosa, respectiv plantarea să se realizeze după căderea frunzelor, motivat de faptul că trandafirul va putea să beneficieze de umiditatea solului pentru o perioadă mai îndelungată de timp. În vederea plantării efective a trandafirului Rosa rugosa se efectuează următoarele etape:

1. tăierea rădăcinilor;
2. umezirea rădăcinilor;
3. glazurarea cu noroi a rădăcinilor;
4. tapetarea gropii cu gunoi de grajd (aproximativ 8-10 kilograme);
5. se așează rădăcina pregătită;
6. se acoperă cu pământ și gunoi;
7. se udă cu aproximativ 8-10 litri de apă.

Primăvara, tulpinile plantelor se scurtează la 4-5 muguri, operație ce stimulează creșterea și ramificarea plantei.

Cu privire la lucrările agrotehnice la soiul de trandafiri Rosa rugosa, acestea sunt lucrări mecanizate. Se recomandă ca tufa să prezinte o formă simplă de tufă naturală a coroanei, pentru a se realiza ușor tăierea acestora prin formula mecanizată.

Trandafirul Rosa rugosa, în primii 2-3 ani după plantare crește relativ încet.

Pentru evitarea buruienilor se recomandă iarba printre trandafiri în zonele cu precipitații care se întreține

ușor tot prin procedură mecanizată.

Lucrările de mobilizare ale solului se realizează aproximativ după 3 ani de la plantare, la adâncimea de 10-15 cm. Înainte de pornirea în vegetație, pentru favorizarea creșterii se aplică anual azot, aproximativ 100 kg/ha.

Producția de petale necesită o tăiere optimă a tulpinilor. Tulpinile se scurtează la 40-50 cm, fie primăvara fie toamna, condiționat toamna după căderea frunzelor, sau primăvara, înainte de intrarea în vegetație.

Pe lângă tăierea coroanei, un rol important îl deține curățarea de ramuri îmbătrânite și uscate.

Curățarea are ca efect:

- eliminarea ramurilor uscate;
- scurtarea a 3-4 ramuri îmbătrânite;
- pătrunderea luminii în interiorul tufelor;
- reținerea a 3-4 drajoni pentru înlocuire;
- scurtarea drajonilor la 40-50 cm;
- îndepărtarea surplusului de lăstari de la baza plantelor altoite;
- înlăturarea crenguțelor de trandafir sălbatic în ideea în care acestea apar.

Specia de trandafir *Rosa rugosa* este o specie rezistentă la boli. Pentru combaterea bolii se recomandă tăierea și arderea ramurilor bolnave, completate cu stropiri cu zeamă sulfocalcică 20% în perioada de repaus și de 2% în perioada de vegetație până la înflorire.

Dintre bolile întâlnite la trandafirul de dulceață *Rosa rugosa* amintim:

- pătarea neagră a frunzelor de trandafir (*Displocarpon rosae*);
- mana trandafirului (*Pseudoperonospora sparsa*);
- păduchii care se depun pe ramurile, frunzele și lăstarii trandafirului;
- cancerul bacterian (*Agrobacterium tumefaciens*);
- putregaiul cenușiu (*Botrytis cinerea*).

Cunoașterea tehnologiei de cultură a trandafirului *Rosa rugosa* ne ajută să parcurgem cele cinci niveluri ale produsului Kofter & Keller, respectiv:

1. Produsul potențial;
2. Produsul augmentat;
3. Produsul așteptat;
4. Produsul elementar;
5. Produsul fundamental.

Într-o manieră schematică, cele cinci niveluri ale produsului se prezintă astfel:

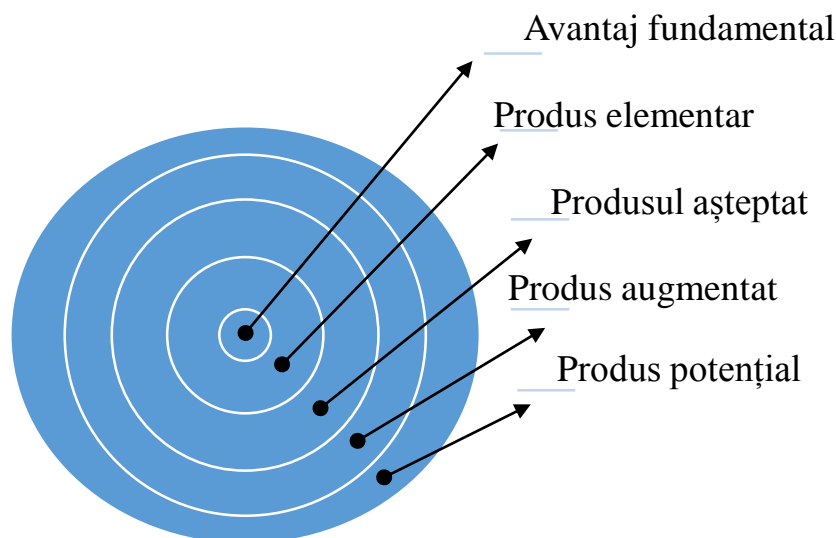


Figura 2. Cele 5 niveluri ale produsului Kofter & Keller

Sursa: Suport de curs Management agricol 2019, pg. 265

Nivelurile produsului conform acelorași autori sunt în număr de cinci:

1. Avantajul fundamental este dat de beneficiul achiziționat de client, având corespondența în piramida nevoilor Maslow, acțiunea de achiziție a individului fiind motivată, practic, de nevoia resimțită. De exemplu achiziția unui borcan de dulceață este dată de beneficiul esențial oferit consumatorului și anume nevoia de hrană;

2. Produsul elementar se referă la transpunerea de către marketeri a avantajului fundamental într-un produs elementar: borcanul de dulceață va avea o etichetă, conținutul va fi vizibil, are o culoare specifică fructului din care a fost fabricat;

3. Produsul așteptat este acel produs la care se așteaptă consumatorii atunci când îl achiziționează în cazul menționat, consumatorul se poate aștepta ca acel borcan de dulceață să aibă un conținut de fruct de minim 50%, să conțină conservanți și un preț de aproximativ 8 lei (RON) etc.;

4. Produsul augmentat este cel la nivelul căruia se realizează concurența efectivă pe piață, marketerii urmărind să se distanțeze prin produsele oferite, creând produse din ce în ce mai bune pentru a atrage consumatorii, pentru a depăși oferta concurenței și pentru a surprinde plăcut consumatorii, urmărind, desigur, fidelizarea acestora. Strategia de augmentare este costisitoare pentru că presupune eforturi însemnate în toate planurile de producție.

În viziunea de marketing, produsul este un sistem format din următoarele componente (Zaharia și Dragu, 2013):

1. Componente corporale;
2. Componente necorporale;
3. Componente privind produsul;
4. Imaginea produsului [9].

Condițiile legislative actuale presupun cunoașterea criteriilor și a condițiilor privitoare la submăsura 6.3 Sprijin pentru dezvoltarea fermelor mici raportat la Ghidul solicitantului. Așa cum se prezintă în Ghidul solicitantului privitor la întocmirea Cererii de finanțare, al Planului de afaceri, a Deciziei de finanțare, cât și alte informații cerințe privitor la întocmirea documentelor în conformitate cu Regulamentul (UE) nr. 1305/ 2013, cu modificările și completările ulterioare privitor la domeniul de intervenție DI 2A „Îmbunătățirea performanței economice a tuturor exploatațiilor agricole și facilitarea restructurării și modernizării exploatațiilor, în special în vederea creșterii participării pe piață și a orientării spre piață, precum și a diversificării activităților agricole”.

III. Managementul marketingului holist al trandafirului

Managementul este definit ca fiind o artă. În managementul general al firmei, marketingul reprezintă o componentă de bază, deoarece implică conducerea superioară, alte departamente, comunicațiile, produsele și serviciile sub aspectul cantitativ-valoric, canalele de distribuție, etica, mediul propriu de afaceri, relaționările cu alte medii de afaceri, instituționale, ale comunității, guvernamentale, partenerii etc.

Concepția de marketing holist implică:

- perspective ample;
- dezvoltare continuă;
- proiectare;
- programe;
- procese;
- acțiuni;
- activități;
- interdependențe.

Literatura de specialitate prezintă marketingul holist ca o activitate în care totul contează. Din această perspectivă observăm faptul că marketingul nu reprezintă doar o activitate simplă. Ea are implicații în strategiile de dezvoltare ale firmei, atragerea clienților și menținerea acestora, identificarea piețelor și stabilirea prețurilor în deplină relaționare cu clienții cu implicarea departamentelor, conducerii superioare, comunicațiile; alte departamente; canale de distribuție, etica, mediul intern, mediul extern, legislația, comunitatea, partenerii.

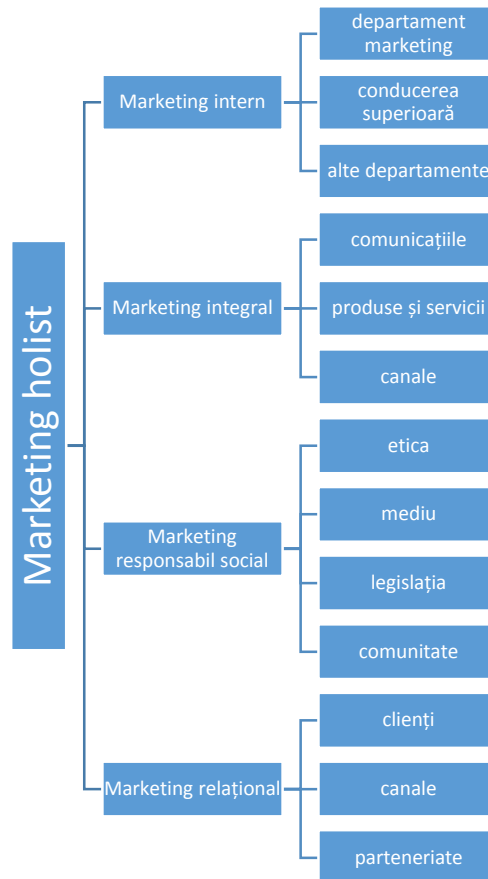


Figura 3. Dimensiunile defnitorii ale marketingului holist

Sursa: Managementul Marketingului pag. 22

Cererea totală a unui produs presupune cunoaștere volumului acestuia care ar putea să fie cumpărat de către cumpărători dintr-o anumită zonă geografică într-o anumită perioadă de timp ca urmare a aplicării unui mix de marketing specific și cu o anumită intensitate.

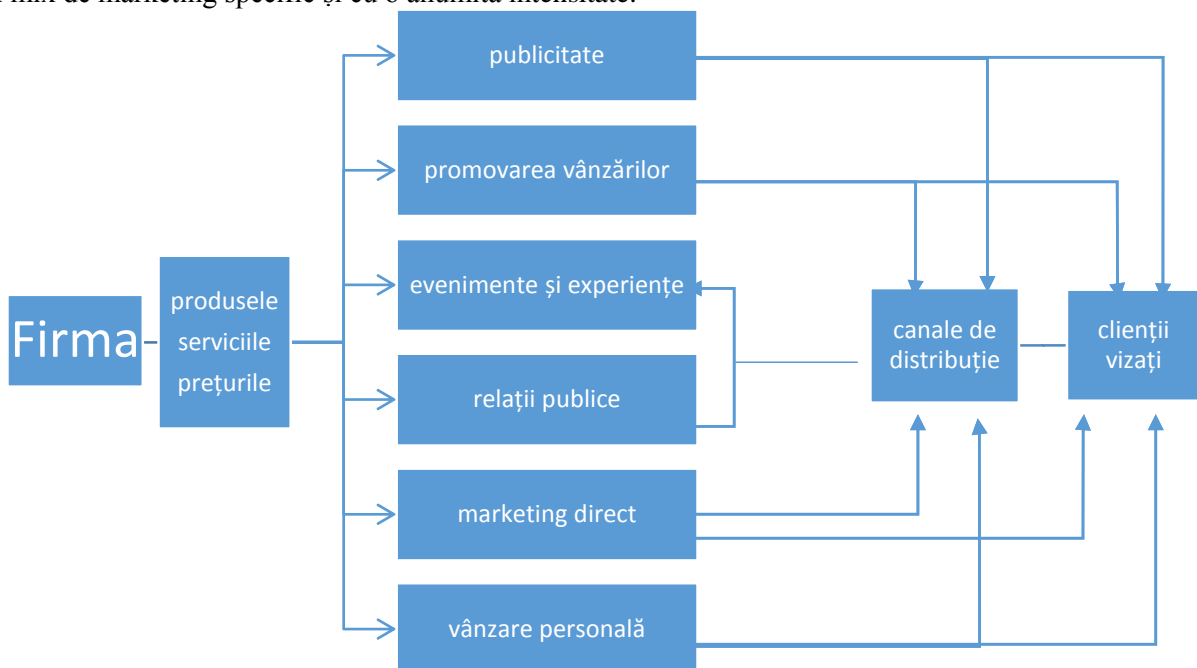


Figura 4. Strategia mixului de marketing

Sursa: Managementul Marketingului pag. 22

Dimensionarea geografică a nivelurilor de definire a pieței de desfacere se prezintă astfel:

		Piața potențială	15%
Populația potențială	10%	Piața disponibilă	40%
		Piața disponibilă calificată	20%
		Piața deservită	10%
		Piața penetrată	5%

Sursa: Kotler, Saunders, Amstrong, Wong(1999), Principiile marketingului

Prognozarea cererii totale a pieței pentru produsele noastre are la bază metoda creării pieței:

$$Q = N \times C \times P_m$$

În care:

Q = Cerere totală;

N = Numărul cumpărătorilor;

C = Cantitatea cumpărată într-un interval de timp, respectiv de un an;

P_m = Prețul mediu unitar de vânzare al produsului.

Metoda utilizată, aceea de creare a unei piețe, presupune identificarea tuturor potențialilor cumpărători.

Managementul marketingului urmărește:

1. îmbunătățirea managementului exploatației agricole mici;
2. creșterea orientării către piață;
3. creșterea veniturilor exploatațiilor agricole mici.

Concluzii

Firma a început cu luarea deciziei pentru implementarea unui proiect, denumit „Grădina de trandafiri a Iulitei”, în baza unor proceduri standardizate privind accesarea de fonduri europene nerambursabile. Acesta a presupus documentare, informare și cunoaștere, deoarece firma este una nouă cu o structură simplă în care coordonarea se realizează prin control direct, pe verticală de sus în jos.

O firmă mică reprezintă un mediu simplu caracterizat prin dinamism bazat pe dorință și flexibilitate în care managementul la nivelul firmei noastre reprezintă tot o artă de a conduce și reprezintă modul de manifestare al deciziilor noastre.

La nivel de firmă am pus accent pe specializarea pe produs. Pentru acesta un rol important se acordă cunoașterii tehnologiei produsului, în cazul nostru Trandafirul pentru dulceață Rosa rugose care răspunde dorințelor noastre motivate de faptul că:

- se adaptează ușor la condiții umede și răcoroase;
- este un soi de trandafir rezistent la boli;
- este un soi de trandafir rezistent la temperaturi joase;
- suportă temperaturi negative până la -25 de grade Celsius în perioada sa de vegetație;
- nu este un arbust cu pretenții la multă lumină;
- este consumator mare de apă;
- pentru a fi cultivat acest soi de trandafir necesită terenuri cu fertilitate medie și permeabile;
- necesită terenuri cu posibilitate de mecanizare;
- pregătirea terenului pentru plantare necesită lucrări similare speciilor pomicele.

Pe o piață concurențială acerbă specializarea sectorului de activitate conduce la performanțe economice și financiare.

Prin diversificarea produselor firmei am urmărit utilizarea bazei materiale a firmei în scopul de a obține rezultate financiare pozitive și maximizarea profitului, având ca rezultat sporirea activelor patrimoniale ale firmei. Diversificarea presupune cunoaștere și informație cu privire la tehnologia produsului.

Tehnologia de producție a trandafirului presupune totalitatea lucrărilor efectuate la cultura de trandafir, orientată spre obținerea unui nivel de producție cât mai ridicat pe unitatea de suprafață, realizând o eficiență maximă cu costuri minime. Pentru a se duce la îndeplinirea acestui obiectiv, informarea și cunoașterea tehnologiei culturii trandafirului este de maximă importanță.

La aceasta contribuie și concură următoarele elemente:

1. soiul selectat;
2. mediul;
3. clima;

4. solul;
5. distanțele între rânduri;
6. distanțele pe rânduri;
7. lucrările efectuate;
8. gradul de mecanizare;
9. lucrările pentru înlăturarea buruienilor;
10. lucrările pentru îngrijirea solului;
11. lucrările de fertilizare a culturii trandafirului;
12. tipurile de îngrășăminte utilizate;
13. personalul specializat în tehnologia trandafirului;
14. alternarea lucrărilor la adâncime mică;
15. alternarea lucrărilor la adâncime mare;
16. respectarea termenelor de efectuare a lucrărilor asupra trandafirilor;
17. alternarea lucrărilor.

Realizarea opțiunii de diversificare necesită integrarea pe orizontală care ar genera supravaloarea condiționată de mărimea firmei și de dependența de alte organizații.

Ca mod de realizare am avut în vedere obținerea de supravaloare care a necesitat:

- un management care încearcă eliminarea și controlul riscurilor;
- amplificarea profiturilor;
- obținerea produselor de calitate;
- menținerea raportului calitate-preț;
- soluții și strategii reale;
- producție;
- cerere;
- informare;
- expertiză.

Bibliografia

1. KOTLER, P., KELLER, K. Managementul Marketingului. London, 2014.
2. KOTLER, P., SAUNDERS, J., ARMSTRONG, G. Principiile marketingului. București: Ed. Teora, 1999. 1135 p. ISBN 9736013995.
3. Lege privind societățile comerciale: nr. 31 din 16.11.1990. [Accesat 10.11.2018]. Disponibil: http://www.onrc.ro/documente/legislatie/noi/legea_31_1990.pdf
4. Dictionar de Neologisme. 2000 [Accesat 10.05.2019]. Disponibil: <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm#inbox/FMfcgxwDrRVzvwMFfVxbKhFmKwmWNtdM>
5. ȚIRLEA, M.R., BÎRCĂ, I. Dezvoltarea micilor fermieri prin finanțări europene. Proiectul „Grădina de trandafiri a Iulitei”. Chișinău, 2018 [Accesat 10.11.2018]. Disponibil: http://dspace.ince.md/jspui/bitstream/123456789/665/1/Dezvoltarea_micilor_fermieri_prin_finantari_europene_Proiectul_%E2%80%9EGradina_de_trandafiri%20_a_Iulitei%E2%80%9D.pdf
6. Ordinul pentru aprobarea Regulilor și normelor tehnice interne privind producerea în vederea comercializării, prelucrarea, controlul și/ sau certificarea calității semințelor și a materialului săditor din unele specii de plante produse și comercializate pe teritoriul României, cu modificările și completările ulterioare: nr. 564 din 29.08.2003. In: Monitorul Oficial al României. 2003, nr. 654. [Accesat 10.11.2018]. Disponibil: <http://www.monitoruljuridic.ro/act/ordin-nr-564-din-29-august-2003-pentru-aprobarea-regulilor-si-normelor-tehnice-interne-privind-producerea-in-vederea-comercializarii-prelucrarea-controlul-si-sau-certificarea-calitatii-semințelor-si-a-materialului-saditor-46255.html>
7. Regulamentul (UE) privind sprijinul pentru dezvoltare rurală acordat din Fondul European agricol pentru dezvoltare rurală și de abrogare a regulamentului: nr. 1305 din 17.12. 2013. [Accesat 10.11.2018]. Disponibil: http://www.renasc.eu/documente/Reg%201305%20RO_809ro.pdf
8. Regulamentului (UE) al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește sistemul integrat de administrare și control, măsurile de dezvoltare rurală și ecocondiționalitatea, cu modificările și completările ulterioare: nr. 1.306/ 2013. <https://lege5.ro/Gratuit/gm4tamjsha/regulamentul-nr-1306-2013-privind-finantarea-gestionarea-si-monitorizarea-politicii-agricole-comune-si-de-abrogare-a-regulamentelor-cee-nr-352-78-ce-nr-165-94-ce-nr-2799-98-ce-nr-814-2000-ce-nr-1290-2?d=2019-09-26>
9. Management agricol: suport de curs. 2019
10. Managementul Marketingului. [Accesat 10.11.2018]. Disponibil: <https://www.slideshare.net/pyrat/managementul-marketingului>