

DOI: 10.5281/zenodo.3757377

UDC: 657.6

JEL: M 41

MODERN FACTORS OF FORMATION OF THE DOMESTIC FOOD MARKET**СУЧАСНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ**

Mariia Ye. Bondarchuk

Odessa National Polytechnic University, Odessa, Ukraine

ORCID: 0000-0001-5895-4868

Email: marybond5813@gmail.com

Received 27.07.2019

Забезпечення продовольчої безпеки є складною і багатоаспектною проблемою, що поєднує тенденції розвитку виробництва харчової продукції, зміни ступеню залежності внутрішнього ринку від світової продовольчої кон'юнктури, соціального стану, платоспроможності населення країни і держави в цілому. Побудова ефективної ринкової системи, незалежно від рівня її розвитку, є пріоритетним завданням кожної держави. Дієвисті функціонування ринкових відносин в продовольчому секторі залежить від факторів, що обумовлюють функціонування ринку харчових продуктів на всьому етапі товароруху – від виготовлення до реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженню проблеми продовольчого забезпечення, сутності, функціям, тенденціям та напрямкам розвитку ринку харчових продуктів присвячені роботи вітчизняних та закордонних науковців: О.В. Березіна [15], Л.В. Лагодич [16], Т.М. Лозинської [17], Б.М. Маркова [18], П.І. Саблука [19], Л.В. Страшинської [20] тощо.

Метою статті є визначення факторів формування ринку харчових продуктів України в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження

Сучасний ринок харчових продуктів є системою взаємовідносин між суб'єктами ринку (виробниками, споживачами, державними органами, країнами, міждержавними об'єднаннями) з виробництва, зберігання та обігу, забезпечення населення достатнім обсягом споживання продуктів харчування за рахунок внутрішнього виробництва та імпорту, що формується під впливом державної політики, інтеграційних процесів та світової продовольчої кон'юнктури.

Ринок харчових продуктів, як і будь-який тип ринку, функціонує на основі певного механізму формування цін, розподілу ресурсів, виробництва, взаємодії його суб'єктів. Попит, пропозиція, конкуренція, ціна є основними його складовими (рис. 1). [1]. До суб'єктів ринку належать споживачі (покупці) та виробники харчових

Бондарчук М. Є. Сучасні фактори формування внутрішнього ринку харчових продуктів. Оглядова стаття.

У роботі розглянуто чинники, що формують вітчизняний ринок харчових продуктів. Встановлено, що традиційно попит був зосереджений на тих продуктах харчування, які необхідні для забезпечення фізіологічних потреб. Соціальна диференціація, зміни чисельності населення, соціально-демографічний склад, демографічні зрушення є вагомими чинниками формування попиту. Хоча на попит як і раніше впливає дохід, але все більшої ролі відіграють особистісні фактори споживачів - поведінка, вимоги до якісних, корисних та безпечних продуктів тощо. Змінюваний спосіб життя, дотримання здорового способу життя та багато інших факторів зумовлюють появу та розширення на ринку асортименту корисних продуктів харчування. Зрушення у пропозиції зумовлюють ціни та наявність факторів виробництва, технології, очікування та кількість продавців, природні явища тощо.

Ключові слова: ринок, попит, пропозиція, ціна, якість, виробництво, доходи.

Bondarchuk M. Ye. Modern factors of formation of the domestic food market. Review article.

The paper considers the factors shaping the domestic food market. It was found that traditionally the demand was focused on those foods that are necessary to meet physiological needs. Social differentiation, population changes, socio-demographic composition, demographic shifts are significant factors in the formation of demand. Although the demand is still influenced by income, but an increasing role is played by personal factors of consumers-behavior, requirements for quality, useful and safe products, and the like. Changing lifestyle, adherence to a healthy lifestyle and many other factors determine the emergence and expansion of the market range of healthy foods. Shifts in supply determine prices and the availability of factors of production, technology, expectations, the number of sellers, natural phenomena and the like.

Keywords: market, demand, supply, price, quality, production, income.

продуктів. Споживачі відіграють важливу роль у тому, як роздрібні торговці та компанії продають свою продукцію та взаємодіють один з одним.

Виробництво є основою забезпечення потреб населення у харчових продуктах. Від розвитку виробництва залежить розмір доходів населення (платоспроможність попиту) та створюються можливості зниження виробничих витрат. Незбалансованість виробництва та споживання викликає потребу у ввезенні товарів. Задоволення внутрішнього попиту на продовольство за рахунок нарощування імпорту демонструє не тільки занепад вітчизняного виробництва, а й зростання від'ємного сальдо зовнішньої торгівлі, створює

бар'єри на шляху структурної перебудови харчової промисловості [2, 3].

Стимулювання збуту продуктів харчування здійснюють різними методами, включаючи рекламу, брендинг і маркетинг. Такі засоби мають як негативний, так і позитивний вплив на прийнятність продуктів харчування, споживчі переваги, поведінку і моделі споживання. Іноді саме завдяки рекламі, а не в результаті їх природної потреби, штучно створюється попит на харчові продукти. При цьому продається не просто продукт, а певний «статус», цінність, образ та стиль життя [5].

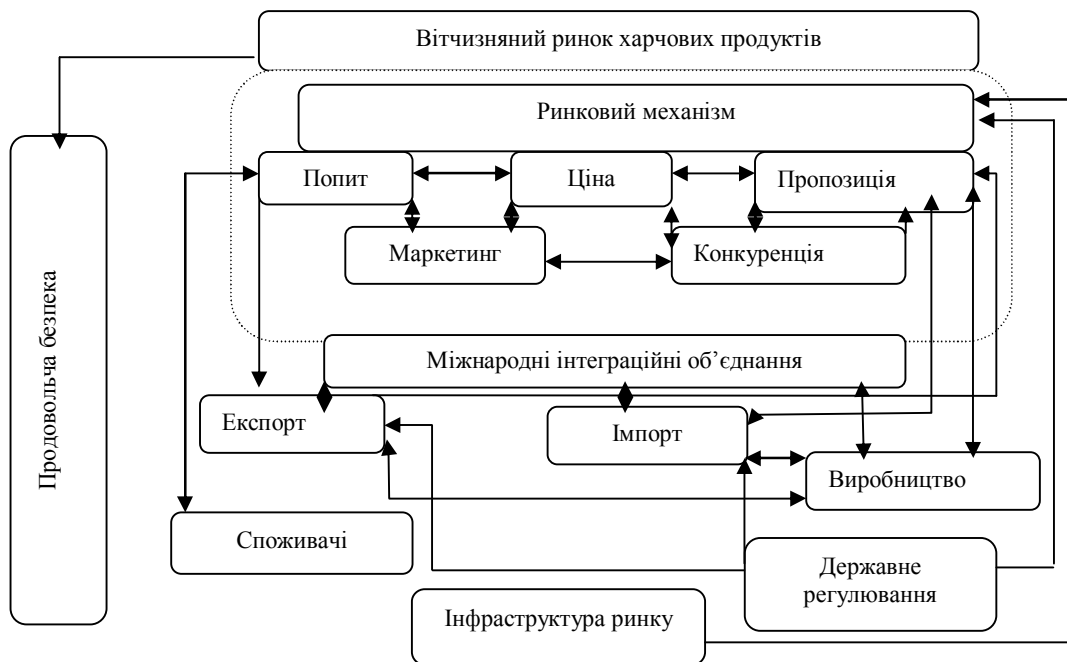


Рис. 1. Схема формування ринку харчових продуктів
Джерело: складено автором за матеріалами [4]

важливим є державне регулювання, одним із завдань якого є забезпечення продовольчої безпеки країни, захист внутрішнього ринку, забезпечення конкурентоздатності вітчизняних товаровиробників тощо.

Формування ринку харчових продуктів здійснюється під впливом факторів попиту та пропозиції. Вони позначаються один на одному та на цінах харчових продуктів. Пропозиція – це кількість певного товару, доступного в даний момент для споживачів. Попит – є мірою споживчого бажання і споживчих витрат на товар за певною ціною.

В основу попиту на харчові продукти покладено різні чинники (фізіологічні, інституційні, економічні тощо) (рис. 2). Фізіологічні потреби в харчових продуктах передбачають забезпечення людського організму харчовою цінністю. Поживна цінність є комплексом речовин, що визначають біологічну цінність (вміст незамінних амінокислот, вітамінів,

мінеральних речовин, поліненасичених жирних кислот тощо) та енергетичну цінність (енергія, що утворюється під час біологічного окислення жирів, вуглеводів і білків, які містяться в продуктах, і використовується для підтримки фізіологічних функцій організму).

Для визначення ступеню задоволеності фізіологічних потреб населення Українськими Науково-дослідним інститутом гігієни харчування та Міністерством охорони здоров'я рекомендовані раціональні норми споживання базових продуктів харчування, що відповідають сучасним вимогам раціонального харчування [6].

Ступінь задоволеності фізіологічних потреб населення визначають шляхом співвідношення фактичних показників споживання за групами харчових продуктів із рекомендованими раціональними. Отриманий рівень споживання харчових продуктів є найважливішим показником забезпечення продовольчої безпеки країни. Наразі харчування українців, особливо малозабезпечених

груп, формується за рахунок споживання олії, бульбоплодів та зерноборошняних виробів, фізично доступних з цінової точки зору, але бідних за наявністю поживних речовин. Частково

потреба в нутрієнтах формується за рахунок споживання сезонних плодів та овочів, проте свіжі постійно залишаються дорогими і економічно недоступними.

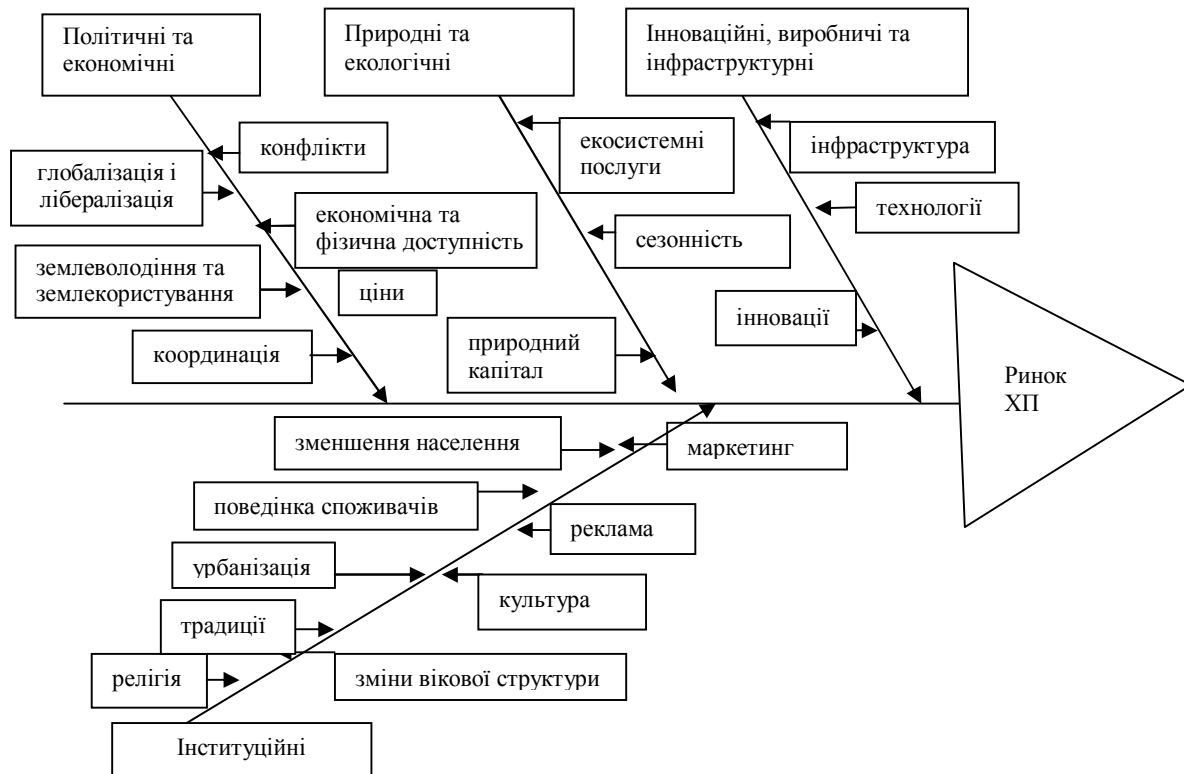


Рис. 2. Фактори формування вітчизняного ринку харчових продуктів

Джерело: власна розробка автора

Посилення глобалізаційних процесів призводить до зміни способу та рівня життя, харчових потреб, сприяючи зміні попиту на продукти харчування. У число політичних і економічних чинників змін продовольчих систем входять: конкретна продовольча політика (включаючи і рекомендації по нормам споживання харчових продуктів), ціни на харчові продукти та їх нестабільність; політика в області землеволодіння, землекористування, водних і рибних ресурсів; геополітичні проблеми, пов'язані з конфліктами тощо [7].

Зміни попиту на харчові продукти є результатом соціальної диференціації, зміни чисельності населення та їх платоспроможності, але, крім того, на них впливають зміни відносних цін, соціально-демографічний склад, поведінка (еволюція режимів харчування), очікування споживачів тощо [8].

До об'єктивних інституційних факторів формування попиту на харчові продукти належать національний склад, стереотипи, звичаї, традиції, пов'язані з релігійними нормами (кошерні, халяльні продукти), що формують суб'єктивні смаки та переваги споживачів. В умовах глобалізації ринку продуктів харчування споживачі прагнуть підтвердити свою

самобутність і підтримати місцеве виробництво, у результаті починають користуватися попитом місцеві продукти і продукти контрольованого походження, що є гарантіями якості та автентичності. Цей сегмент вітчизняного ринку наразі тільки в процесі формування – наприкінці 2018 р. було подано першу заявку на реєстрацію українського географічного зазначення «Гуцульська овеча бриндзя», що буде підставою для охорони цього продукту на території країн Європейського союзу [9].

Населення України зазнає демографічних зрушень, які в поєднанні з його зменшенням впливають на попит харчових продуктів – старіння населення, підвищений рівень освіти та урбанізації [5].

Старіння населення в розвинених країнах призводить до збільшеного попиту на корисніші продукти, продукти тваринного походження, та зниження споживання крохмалевмісних продуктів. В результаті покращення раціону харчування підвищується тривалість життя людини. Це призводить до подовження періоду зайнятості, а отже до збільшення доходів, що позначаються на попиті продуктів харчування. Однак це не властиво для України. Продукти харчування є соціально значущими товарами, ціни

яких унеможливають їх придбання більшістю населення. Попит споживачів на вітчизняному ринку, в тому числі і населення похилого віку, наразі формується за рахунок споживання більш нездорової продукції, збільшення споживання основних продуктів на основі крохмалю. Вітчизняним споживачам властиве нераціональне харчування, що виражається у значному вживанні жирів, недостатній кількості білків та, деколи, навіть вуглеводів; відсутнє різноманіття продуктів, надання переваги товарам-субститутам, ерзацам - дешевшим та низькоякісним [10].

Ціна є соціальним явищем, психологічна природа якого найбільш важлива для формування попиту та пропозиції. Для більшості вітчизняних споживачів та підприємництва, важливим критерієм вибору харчового продукту виступає саме ціна, а не якість. Інтеграція України у світовий господарський простір, з однієї сторони, розширює можливості для використання світового досвіду, залучення до високої ринкової ділової культури, переходу на новітні технології й методики, міжнародні стандарти й норми якості продуктів харчування [11]. З іншої, надходження на внутрішній ринок імпортованих товарів, що зазвичай за якістю поступаються вітчизняним, отримують неконкурентні переваги на українському ринку. Стрімке зростання імпорту продуктів харчування підвищує ризики розширення частки фальсифікату на вітчизняному ринку.

Підвищення рівня освіченості впливає на попит по-різному. По-перше, зростання продуктивності за рахунок більш ефективного використання ресурсів вплине на наявний дохід. По-друге, відбувається усвідомлення цінності і сенсу здорового харчування. Споживачів все більше турбують питання якості та безпечності харчових продуктів, невпинно зростає інтерес до продуктів, які сприяють поліпшенню стану здоров'я тощо. Формуються окремі сегменти харчових продуктів цілеспрямованої дії із заданими властивостями – функціональні, персоналізовані, біо-, органік тощо [12,13]. Споживачі обирають натуральні продукти, що покращуватимуть стан їхнього здоров'я, з нетривалим терміном придатності, високими смаковими властивостями, вирощені в екологічно сприятливих умовах, без застосування пестицидів та стимуляторів росту тощо. Вартість таких продуктів відрізнятиметься, але українці готові сплачувати за них більше. Важливим чинником, що впливає на зміни попиту цих сегментів вітчизняного ринку харчових продуктів є платоспроможність споживачів.

Варто відзначити, що деякі споживачі схильні не довіряти інноваційним продуктам та використанню нових технологій у виробництві, вважаючи їх продуктами нижчої якості та навіть небезпечними. Інноваційні методи виробництва є потенційним джерелом ризику для зацікавлених споживачів і можуть негативно вплинути на

рішення та готовність споживачів до придбання [5].

По-третє, підвищення рівня освіченості населення має негативні наслідки - призводить до скорочення чисельності дітей, що позначається на попиті домашніх господарств на харчові продукти і знижує загальний попит.

Збільшення частки міського населення, прискорення темпів життя впливає на раціон жителів міста, які змінюють свої уподобання до більш оброблених та готових харчових продуктів. Завдяки масштабності, навіть відносно незабезпечені містяни можуть купувати оброблені продукти харчування, в той час як прийняття міського способу життя, реклама та маркетинг впливають на споживчі переваги і підвищують споживчий попит на певні продукти (з високим вмістом жирів і цукрів) [5].

Найважливішим визначальним чинником пропозиції, як і попиту, є ціна. Крім ціни, існують інші базові нецінові фактори пропозиції [8]. Основоположними серед них є [14]:

- наявність факторів виробництва – певні чинники, такі як робоча сила або сировина впливають на обсяг, що може бути вироблений та запропонований. Вартість виробництва також визначає пропозицію. Змінні, які позначаються на собівартості продукції, включають ціни факторів, використовуваних для виробництва продукту, доходи від альтернативних видів діяльності, технології, очікування продавців, природні явища тощо.
- кількість підприємств на ринку – зміна кількості підприємств на ринку впливатиме на загальну пропозицію. Чим більша кількість продавців продукту, тим більшою є кількість, пропонована за будь-яку ціну за період часу.
- погода та природні фактори – зміни погодних умов можуть мати значний вплив на здатність виробляти певні продукти, такі як сільськогосподарська продукція.
- податки на продукти – податок на додану вартість має прямий вплив на пропозицію. Підвищення податків позначається на рішенні виробника щодо пропозиції та її розміру.
- дотації – кошти, що надаються підприємствам для збільшення пропозиції або зниження ціни продукції для споживача. Субсидії можуть змінити готовність і здатність фірми виробляти і пропонувати продукцію.

Окрім перерахованих факторів, розширення пропозиції може бути обмежене доступністю ключових засобів виробництва, земельних, водних і трудових ресурсів тощо.

Висновки

Ринок харчових продуктів формується під впливом факторів, які визначають попит та пропозицію. Вплив цих факторів має комплексний характер. За умов прискореного технологічного розвитку та якісних змін соціально-економічних відносин, внутрішній ринок харчових продуктів

підпорядковується макроекономічним трендам, зростаючи у періоди стабілізації та зменшуючись за часів кризи. В сучасних умовах велика кількість факторів (міжнародна інтеграція, незахищеність внутрішнього ринку, демографічна криза, крайнощі дерегуляції, нові технології обробки та виробництва) спричиняють дестабілізуючий вплив на формування внутрішнього ринку харчових продуктів (зростання ціни на продукти харчування, зниження якості продуктів та використання дешевих заміників,

реструктуризація споживчого кошика у напрямі дешевих та небезпечних продуктів харчування), що негативно впливає на загальний стан продовольчої безпеки. Відповідний стан речей має стати предметом пильної уваги з боку профільних органів державної влади. Негативні тенденції у розвиткові внутрішнього ринку харчових продуктів можуть бути подолані лише за умов комплексного підходу до їх вирішення у всіх ланках національного господарства.

Abstract

The food market is formed under the influence of factors that determine supply and demand. The demand for food is based on various factors (physiological, institutional, economic, etc.). Traditionally, demand has focused on those foods that are needed to meet physiological needs. Social differentiation, population changes, socio-demographic composition, demographic shifts are significant factors in the formation of demand. Although the demand is still influenced by income, but an increasing role is played by personal factors of consumers-behavior, requirements for quality, useful and safe products, and the like. Changing lifestyle, adherence to a healthy lifestyle and many other factors determine the emergence and expansion of the market range of healthy foods. Shifts in supply determine prices and the availability of factors of production, technology, expectations, the number of sellers, natural phenomena and the like.

The influence of the factors that determine supply and demand is complex. In the conditions of accelerated technological development and qualitative changes in socio-economic relations, the domestic food market is subject to macroeconomic trends, increasing in periods of stabilization and decreasing in times of crisis. In modern conditions, a large number of factors (international integration, insecurity of the domestic market, demographic crisis, extreme deregulation, new processing and production technologies) have a destabilizing effect on the formation of the domestic food market (rising food prices, reduced quality of products and the use of cheap substitutes, restructuring of the consumer basket in the direction of cheap and dangerous food), which negatively affects the overall state of food security. The relevant state of Affairs should be the subject of close attention from the relevant public authorities. Negative trends in the development of the domestic food market can be overcome only if a comprehensive approach to their solution in all parts of the national economy.

Список літератури:

1. Економічний механізм функціонування ринку URL: https://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy_mehanizm_funktsionuvannya_rinku.
2. Якубовський М.М. Внутрішній ринок як дзеркало проблем української промисловості. Економіка України. 2012. № 8. С. 4-15. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/EkUk_2012_8_2.pdf.
3. Особливості імпорту-2018: чужі харчі і «ріки» пальмової олії. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2530129-osoblivosti-importu2018-cuzi-harci-i-riki-palmovei-olii.html>.
4. Хахула Б. В. Теоретичні основи функціонування і розвитку агропродовольчих ринків в умовах посилення глобалізаційних процесів. Економіка та держава. 2018. № 10. С. 76-80.
5. Economic analysis of supply and demand for food up to 2030 – special focus on fish and fishery products. URL: <http://www.fao.org/3/a-i3822e.pdf>.
6. Піскунова О.В., Осипова О.І. Статистичний аналіз динаміки рівня продовольчої безпеки України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. №6. С. 928-935.
7. Питание и продовольственные системы. URL: <http://www.fao.org/3/I7846RU/i7846ru.pdf>
8. Состояние рынков сельскохозяйственной продукции 2009. URL: <http://www.fao.org/3/i0854r/i0854r.pdf>.
9. «Коньяку» більше не буде – Президент підписав закон про захист географічних брендів. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2796176-konaku-bilse-ne-bude-prezident-pidpisav-zakon-pro-zahist-geograficnih-brendiv.html>.
10. Населення України: Імперативи демографічного старіння URL: https://www.idss.org.ua/monografii/2014_Naselennya.pdf.
11. Чорна Н.П. Інноваційний розвиток сфери виробництва продуктів харчування та ризики продовольчої безпеки : монографія. Львів : Ліга-Прес, 2012. С. 296.

12. Bavyko O. Ice-cream with functional properties as a means of commercial networks assortment extension and population feeding improving / O. Bavyko, M. Bondarchuk // *Journal of Hygienic Engineering and Design*, Vol. 26, 2019. P. 127-133.
13. Khorolskyi V. Innovative functional food products for the workers of the mining industry/ V. Khorolskyi, A. Bavyko, S. Yermak, Ye. Riabykina, K. Khorolskyi // *Journal of Hygienic Engineering and Design*, Vol. 24, 2018. P. 55-62.
14. Supply. URL: https://www.economicsonline.co.uk/Competitive_markets/Producer_supply.html.
15. Березін О.В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку : монографія. К. : Центр учбової літератури, 2008. 184 с.
16. Лагодич Л.В. Устойчивость развития продовольственного рынка Республики Беларусь: теория и методология. Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т системных исслед. в АПК. – Минск: Беларуская навука, 2015. 256 с.
17. Лозинська Т. М. Національний продовольчий ринок в умовах глобалізації: монографія. Х.: Магістр, 2007. 272 с.
18. Марков Б.М. Фактори впливу на формування та розвиток товаропросування продовольчих товарів. *Економіка та держава*. № 12. 2016. С. 34-38.
19. Саблук П. І. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: [практ. посіб.] / за ред. П. Т. Саблука . – К: ІАЕ УААН, 2000. 558 с.
20. Страшинська Л.В. Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні: монографія. К.: Профі, 2008. 532 с.

References:

1. Economic mechanism of market functioning. Retrieved from: https://pidruchniki.com/15100827/politekonomiya/ekonomichniy_mehanizm_funktsionuvannya_rinku [in Ukrainian].
2. Yakubovskij, M.M. (2012). The domestic market as a mirror of problems of the Ukrainian industry. *Ekonomika Ukraini*. 8. Retrieved from: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/EkUk_2012_8_2.pdf [in Ukrainian].
3. Import features-2018: foreign grubs and "rivers" of palm oil (2018). Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2530129-osoblivosti-importu2018-cuzi-harci-i-riki-palmovoi-olii.html> [in Ukrainian].
4. Hahula, B.V. (2018). Theoretical bases of functioning and development of agri-food markets in conditions of increasing globalization processes. *Ekonomika ta derzhava*. 10. [in Ukrainian].
5. Economic analysis of supply and demand for food up to 2030 – special focus on fish and fishery products (2014). Retrieved from: <http://www.fao.org/3/a-i3822e.pdf> [in English]
6. Piskunova, O.V., & Osipova, O.I. (2015). Statistical analysis of the dynamics of the level of food security in Ukraine. *Globalni ta nacionalni problemi ekonomiki*, 6, 928-935 [in Ukrainian].
7. Nutrition and food systems. Retrieved from: <http://www.fao.org/3/I7846RU/i7846ru.pdf> [in Russian]
8. State of agricultural markets (2009). Retrieved from: <http://www.fao.org/3/i0854r/i0854r.pdf> [in Russian]
9. "Cognac" will no longer be-the President signed the law on the protection of geographical brands (2019). Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2796176-konaku-bilse-ne-bude-prezident-pidpisav-zakon-pro-zahist-geograficnih-brendiv.html> [in Ukrainian].
10. Population of Ukraine: Imperatives of demographic aging (2014). Retrieved from: https://www.idss.org.ua/monografii/2014_Naselennya.pdf [in Ukrainian].
11. Chorna, N.P. (2012). Innovative development of food production and food security risks : monografiya. Lviv: Liga-Pres [in Ukrainian].
12. Bavyko, O., & Bondarchuk, M. (2019). Ice-cream with functional properties as a means of commercial networks assortment extension and population feeding improving. *Journal of Hygienic Engineering and Design*, 26, 127-133 [in English].
13. Khorolskyi V., Bavyko, A, Yermak, S, Riabykina, Ye, & Khorolskyi K. (2018). Innovative functional food products for the workers of the mining industry. *Journal of Hygienic Engineering and Design*, 24, 55-62 [in English].
14. Supply. Retrieved from: https://www.economicsonline.co.uk/Competitive_markets/Producer_supply.html [in English].
15. Berezin, O.V. (2008). Food market of Ukraine: theoretical and methodological foundations of formation and development. Kyiv: Centr uchbovoyi literaturi [in Ukrainian].
16. Lagodich, L.V. (2015). Sustainability of the food market of the Republic of Belarus: theory and methodology] Minsk, Belaruskaya navuka, Nac. akad. nauk Balarusi, In-t sistemnyh issled. v APK [in Russian].

17. Lozinska, T.M. (2007). National food market in the conditions of globalization. Kharkiv: Magistr [in Ukrainian].
18. Markov, B.M. (2016). Factors of influence on the formation and development of commodity movement of food products *Ekonomika ta derzhava*, 12, 34-38 [in Ukrainian].
19. Sabluk, P.I. (2000). Formation and functioning of the market of agro-industrial products. Kyiv: IAE UAAN [in Ukrainian].
20. Strashinska, L.V. (2008). Strategy of development of food market in Ukraine. Kyiv: [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Бондарчук М. Є. Сучасні фактори формування внутрішнього ринку харчових продуктів / М. Є. Бондарчук // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2019. – № 4 (44). – С. 25-31. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No4/25.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3757377

Reference a Journal Article:

Bondarchuk M. Ye. Modern factors of formation of the domestic food market / M. Ye. Bobdarchuk // Economics: time realities. Scientific journal. – 2019. – № 4 (44). – P. 25-31. – Retrieved from <https://economics.opu.ua/files/archive/2019/No4/25.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.3757377



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons "Attribution" 4.0.