

Сумітро Саркум, Новілда Елізабет Мустаму, Гомаль Юні Янріс

## Канали збуту свіжих фруктів з фермерських плантацій пальмової олії

Мета статті – визначити канали збуту свіжих фруктів з фермерських плантацій пальмової олії Регентства Лабуханбату, якими користуються торговці, спричиняючи коливання цін. Проведено бібліотечні, польові дослідження та якісний аналіз первинних даних, отриманих у результаті інтерв'ю з фермерами, торговцями, колекціонерами та працівниками фабрик з виробництва пальмової олії в Лабуханбату та прилеглих районах. Результати показали реальні коливання цін у секторі торгівлі свіжими фруктами, які є сировинним матеріалом для фабрик, тоді як маркетингова функція фермерів та ланцюг постачання продемонстрували однакові показники попри різний обсяг витрат. Виявлено, що маржа становила 62% при рівні маркетингової ефективності 30%. Результати також вказали на те, що канали збуту свіжих фруктів у Лабуханбату мали вісім рівнів, однак у дослідженні доведено наявність лише одного, третього каналу збуту. Припускається, що в подальших роботах увага буде зосереджена на вивченні решти семи каналів зі схожими та відмінними темами й проблемами.

**Ключові слова:** фермери, свіжі фрукти, канал збуту, ланцюг постачання

**Класифікація JEL:** M31, D43



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

---

Сумитро Саркум, Новілда Элизабет Мустаму, Гомаль Юни Янрис

## Каналы сбыта свежих фруктов с фермерских плантаций пальмового масла

Цель статьи – определить каналы сбыта свежих фруктов с фермерских плантаций пальмового масла Регентства Лабуханбату, которыми пользуются торговцы, вызывая ценовые колебания. Проведены библиотечные, полевые исследования и количественный анализ данных, полученных в результате интервью с фермерами, торговцами, коллекционерами и рабочими фабрик по изготовлению пальмового масла в Лабуханбату и прилегающих районах. Результаты показали реальные колебания цен в сфере торговли свежими фруктами, которые являются сырьевым материалом для фабрик, в то время как маркетинговая функция фермеров и цепочка поставок продемонстрировали одинаковые показатели, несмотря на разный объем затрат. Обнаружено, что маржа составляла 62% при уровне маркетинговой эффективности 30%. Результаты также указали на то, что каналы сбыта свежих фруктов в Лабуханбату имели восемь уровней, однако в исследовании доказано существование только одного, третьего канала сбыта. Предполагается, что в дальнейших работах внимание будет сосредоточено на изучении остальных семи каналов со схожими и отличными темами и проблемами.

**Ключевые слова:** фермеры, свежие фрукты, канал сбыта, цепочка поставок

**Классификация JEL:** M31, D43



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.