

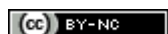
Сутармін, Ахмад Дармаван, Сіті Нур Азіза, Даданг Прасетіо Ятміко

Емпіричний досвід: поведінка постачальника природних матеріалів у відносинах споживача та постачальника

Дослідження є практичним прикладом та історичним дослідженням. Дані були взяті з Департаменту Закупки природних матеріалів та фінансового контролю XYZ CORP. XYZ CORP – це виробниче підприємство та експортер олії гвоздики та його похідних у світі з часткою ринку збуту близько 55% світового ринку. Автори статті мають на меті емпірично перевірити та вивчити етичну поведінку постачальників у бізнес середовищі, що постійно змінюється. Використаний інструмент аналізу - це критерій Манна-Уїтні з програмним забезпеченням SPSS 17.0. Базуючись на результатах дослідження, робиться висновок, що для натуральної сировини середня закупівельна ціна між сезоном дощу та засухою значно не відрізняється, але вартість закупки в сезон засухи та в сезон дощу значно змінюється. В дослідженні ціна не впливає на закупівлю сировини від постачальників. Результати дослідження також надають емпіричний досвід, що на торгіву структуру природних матеріалів сильно впливає поведінка або етика постачальників поряд з погодними факторами або мінливим кліматом.

Ключові слова: натуральна сировина, гвоздикове масло, поведінка постачальників, клімат.

JEL Classification: Q31, Q37.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Сутармін, Ахмад Дармаван, Сіті Нур Азіза, Даданг Прасетіо Ятміко

Эмпирический опыт: поведение поставщика природных материалов в отношениях потребителя и поставщика

Исследование является практическим примером и историческим исследованием. Данные были взяты из Департамента Закупки природных материалов и финансового контроля XYZ CORP. XYZ CORP – это производственное предприятие и экспортер гвоздичного масла и его производных в мире с долей рынка сбыта около 55% мирового рынка. Авторы статьи имеют целью эмпирически проверить и изучить этическое поведение поставщиков в бизнес среде, которая постоянно меняется. Использованный инструмент анализа – критерий Манна-Уитни с программным обеспечением SPSS 17.0. Основываясь на результатах исследования делается вывод, что для природного сырья средняя закупочная цена между сезоном дождей и засухой значительно не отличается, но стоимость закупки в сезон засухи и в сезон дождей сильно меняется. В исследовании цена не влияет на закупку сырья от поставщиков. В результатах исследования также предоставляется эмпирический опыт, что на торговую структуру природных материалов сильно влияет поведение или этика поставщиков наряду с погодными факторами или изменчивым климатом.

Ключевые слова: натуральное сырье, гвоздичное масло, поведение поставщиков, климат.

JEL Classification: Q31, Q37.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует присутствия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.