

Date: 13<sup>th</sup> May-2025

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ МЕЖДУ ЧЛЕНАМИ ОБЩЕСТВА

Махмудуллаев А.С.

студент 3-курса

Ташкентский государственный экономический университет

**Аннотация:** Было рассмотрено распределение товаров и услуг между членами общества, кто и как получает доступ к нужным ресурсам. Также описаны основные модели распределения: плановая (всё контролирует государство), рыночная (когда всё решает рынок) и смешанная (где используется и то, и другое) и еще затрагивается роль государства (например, поддержка малообеспеченных семей) в обеспечении эффективности и справедливости. Приведены примеры из разных стран, чтобы показать, как это работает на практике.

**Ключевые слова:** распределение ресурсов, рыночная модель, плановая экономика, экономические системы, социальная справедливость, эффективность, государственное регулирование.

### Введение

Реализуя товары, производитель осуществляет доставку необходимых товаров в соответствующее место, в данном объеме и в приемлемое для потребителя время. Это обеспечивается путем принятия и реализации целого ряда управленческих решений, совокупность которых определяет политику распределения. Указанное перемещение товаров не обязательно осуществляет сам товаропроизводитель. Во многих случаях ему экономически не целесообразно это делать. Поэтому отдельные функции политики распределения передаются некоторым физическим лицам или предпринимательским структурам, которые выступают в роли посредников.

### Методология исследования

Проанализированы статистические данные и аналитические статьи ведущих международных публикаций по предмету. Все сопоставлено с использованием структурного анализа, который позволил оценить взаимоотношение ключевых субъектов экономических процессов, представляющих общество, органы государственного управления, коммерцию и население. Охвачено сравнение опыта различных стран с целью выделения общих закономерностей и последствий путем сравнения известных моделей распределения ресурсов возможности этого в весьма ограниченных и отличающихся по социальным группам социума условиях.

### Анализ и результаты

В современных условиях хозяйствования предприятие участвует в повторяющемся процессе производства товаров и услуг. К. Маркс представляет воспроизводственный цикл как замкнутый 4-хзвенный процесс. Воспроизводственный цикл представлен на рис. 1.



Date: 13<sup>th</sup> May-2025



Рис. 1. Воспроизводственный цикл

Согласно марксистской теории, «распределение» – это одна из фаз общественного воспроизводства, которая связывает производство и потребление. Распределение может охватывать производителей готовой продукции (сбыт начинается со складов готовой продукции), торговых посредников, поставщиков логистических услуг, банки, страховые организации, предприятий сферы обслуживания и розничной торговли и т. д.<sup>7</sup>

В процессе распределения выявляется доля (пропорция) производителей в реализации и использовании совокупного общественного продукта и национального хозяйства. Этому предшествует распределение средств производства по отраслям народного хозяйства и предприятия, а также распределение членов общества по различным предприятиям. Маркс отмечал, что в процессе производства члены общества создают или преобразовывают продукты природы человеческих потребностей. Распределение устанавливает пропорции, которые каждый индивидум принимает участие в произведенном.

Под распределением понимается отношение (количество), в котором продукты достаются членам общества. Исходя из последнего, распределение товаров – комплексная функция, которая заключается в продвижении готовой продукции от производителей конечным или промежуточным потребителям, организация продаж, предпродажного и послепродажного сервиса.

Цели, задачи и функции в области распределения имеют свои особенности по сравнению другими с областями, что обуславливается:

- широким ассортиментом реализуемой продукции;
- минимизацией затрат на содержание запасов у конечных потребителей, что требует осуществления частых поставок мелкими партиями;
- повышенными требованиями гибкости обслуживания, которое связано с большим числом незапланированных поставок;
- большим числом складов, которые максимально приближены к покупателям;
- приоритетом складской системы доставки над транзитной;

<sup>7</sup> Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. I / Пер. с нем. – М.: Политиздат, 1970. – 768 с.



Date: 13<sup>th</sup> May-2025

– сложностью организации поставки из-за наличия централизации и децентрализации доставки готовой продукции.

Сложность систем распределения готовой продукции определяется разнообразием логистических сетей, включающих в себя каналы различных уровней, что приводит к возникновению различного рода конфликтов в системе распределения продукции предприятия.

Проблема взаимоотношений производителей с потребителями приобретает в настоящее время большую актуальность. Данные отношения являются отношениями двух субъектов воспроизводства, которые выступают:

- как лица, обеспечивающие имущественную ответственность друг перед другом;
- как субъекты, которые проявляют взаимный экономический интерес.

Однако, понимание технологии взаимодействия производителя с посредником (потребителем) во всех сферах бизнеса стало формироваться совсем недавно.

Клиент для любой организации, которая ориентирована на потребителя, имеет важнейшее значение, следовательно, развитие различных форм взаимодействия является одним из основных направлений по развитию сбыта и распределения товаров.

По данным крупнейших аналитических компаний следует:

- затраты на привлечение новых клиентов в 5 раз больше, чем на удержание существующих;
- большая часть компаний из списка FORTUNE 500 теряет 50% своих клиентов каждые 5 лет;
- хорошо обслуженный клиент может рассказать о качестве работы производителя пяти своим знакомым, а неудовлетворенный расскажет минимум десяти;
- большая часть клиентов окупается лишь через год работы с ними;
- увеличение процента удержания клиентов на 5% может принести к увеличению прибыли на 50%;
- около 50% существующих клиентов неприбыльны из-за неэффективного взаимодействия с ними;
- поставщики программных продуктов класса CRM обещают увеличение прибыли предприятия на десятки процентов, а рентабельности проектов от 200 до 800% в течение 2–3 лет.<sup>8</sup>

Система взаимоотношений производителя с клиентами выражается в реализации деятельности первого, направленной на анализ, структурирование, качественное улучшение и количественное увеличение клиентской базы, формирование систем распределения, более качественного охвату рынка и т. д., что

<sup>8</sup> World Bank. World Development Report 2023: Jobs and Economic Transformation. — Washington, D.C.: World Bank Group, 2023.



Date: 13<sup>th</sup> May-2025

способствует достижению стратегических, тактических и операционных целей функционирования предприятия.<sup>9</sup>



Рисунок 2. Статистические данные товарооборота Узбекистана со странами ОТГ

На рисунке 2 были отмечены данные Центра экономических исследований и реформ (CERR), на основании которых можно отметить, что товарооборот Узбекистана со странами Организации Тюркских государств (ОТГ) в 2023 году достиг \$9,4 млрд, увеличившись в 2,8 раза за последние 7 лет. Такой рост свидетельствует о динамичном развитии внешнеэкономических связей Узбекистана в тюркском регионе.

В структуре внешней торговли Узбекистана со странами ОТГ наиболее значимыми партнёрами выступают:

- Казахстан (\$4,2 млрд, 45% от общего объема),
- Турция (\$2,9 млрд, 31%),
- Кыргызстан (\$1,1 млрд, 11%),
- Азербайджан (\$894 млн, 10%).

Что касается внешнеторгового баланса, импорт из стран ОТГ составляет \$6,2 млрд (рост в 3,8 раза), тогда как экспорт — \$3,2 млрд (рост в 1,9 раза). Это указывает на сохраняющийся дефицит торгового баланса, обусловленный значительным объёмом ввоза машин и оборудования.

<sup>9</sup> Шишло С. В. Распределение товаров: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения. – Минск: Белорусский государственный технологический университет, 2014. – 115 с.

Date: 13<sup>th</sup> May-2025

Экспортная структура Узбекистана в страны ОТГ (за 9 месяцев 2024 года) распределяется следующим образом:

- промышленные товары – 35%,
- машины и транспортное оборудование – 22%,
- пищевые продукты – 11%,
- химические вещества – 10%,
- прочие услуги – 12%.

С начала 2024 года на территории республики создано 500 новых предприятий с участием капитала стран-членов ОТГ, что отражает укрепление инвестиционного сотрудничества. Общий объём инвестиций, привлечённых из стран ОТГ в Узбекистан за 2021–2023 годы, превысил \$5 млрд. В то же время, объём прямых инвестиций, освоенных в экономиках стран ОТГ со стороны Узбекистана, в 2023 году достиг \$50 млн.

Дополнительным фактором, оказывающим влияние на распределение товаров и услуг в обществе, является реализация стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030», утверждённой Указом Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 года. В рамках этой стратегии внедряются цифровые технологии в торговлю, логистику, государственные услуги и экономику в целом. Это способствует:

- повышению прозрачности торговых операций;
- более эффективному распределению ресурсов;
- снижению административных барьеров;
- и расширению доступа населения к товарам и услугам, особенно в отдалённых регионах.<sup>10</sup>

Таким образом, цифровизация и развитие международных торгово-экономических отношений взаимно усиливают процессы справедливого и сбалансированного распределения товаров и услуг между членами общества.

### **Заключение**

Распределение товаров является важной составляющей эффективного функционирования промышленного предприятия и в значительной степени влияет на конечный результат. Анализируя возможности прямого распределения, товаропроизводитель изучает, насколько оправданы затраты на его осуществление, как сконцентрированы потребители, как часто меняется цена на товары. В общем виде характер связи отношений производства и распределения определяется тем, что они являются элементами общественно-экономической системы и, следовательно, образуют собой части единого целого.

### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. I / Пер. с нем. – М.: Политиздат, 1970. – 768 с.

<sup>10</sup> Указ Президента Республики Узбекистан “Об утверждении Стратегии «Цифровой Узбекистан-2030» и мерах по ее эффективной реализации” от 05.10.2020 г. № УП-6079



Date: 13<sup>th</sup> May-2025

2. Шишло С. В. Распределение товаров: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» очной и заочной форм обучения. – Минск: Белорусский государственный технологический университет, 2014. – 115 с.
3. Курс экономической теории / Под ред. В.Д. Камаева. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 768 с.
4. World Bank. World Development Report 2023: Jobs and Economic Transformation. — Washington, D.C.: World Bank Group, 2023.
5. Указ Президента Республики Узбекистан “Об утверждении Стратегии «Цифровой Узбекистан-2030» и мерах по ее эффективной реализации” от 05.10.2020 г. № УП-6079

